

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ФІНАНСІВ, ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА
ТУРИЗМУ
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
Заочна форма навчання, 2 курс

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«Україна на світовому продовольчому ринку: сучасний стан та
перспективи збуту органічної продукції»**

2мФМ 000000 КРБ

Розробив студент гр. 2мФМ
___. ___. 2024 р. _____ А.С. Андріяш
Керівник дипломної роботи
___. ___. 2024 р. _____ А.А. Буряк
Консультанти:
___. ___. 2024 р. І.Б. Чичкало-Кондрацька
із глобальної економіки
___. ___. 2024 р. А.А. Буряк
___. ___. 2024 р. Л.М. Титаренко

Робота допущена до захисту:
Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та туризму
___. ___. 2024 р. _____ І.Б. Чичкало-Кондрацька

Полтава 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА.....	7
1.1. Сутність та значення органічного виробництва.....	7
1.2. Концептуальні методи дослідження розвитку органічного виробництва	15
1.3. Міжнародний досвід підтримки та активізації органічного землеробства	21
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ.....	33
2.1. Місце вітчизняної органічної продукції на світовому продовольчому ринку.....	33
2.2. Аналіз виробництва органічної продукції та привабливість галузі для іноземних інвестицій в Україну.....	43
2.3. Стан органічного виробництва в Україні під час війни.....	56
Висновки до розділу 2.....	59
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ.....	61
3.1. Ринкові умови для українських органічних виробників під час війни.....	61
3.2. Основні напрями поліпшення інвестиційного клімату для вітчизняних виробників органічної продукції.....	66
3.3. Аналіз інвестиційної привабливості створення підприємства з виробництва органічної продукції	77
Висновки до розділу 3.....	84
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	87
ДОДАТКИ.....	
.....	

ВСТУП

В умовах сучасної господарської діяльності в Україні виникає багато проблем, пов'язаних із значним впливом людини на навколишнє середовище. Серед екологічних проблем варто відзначити: високий рівень забруднення чорноземних ґрунтів України та зниження їх родючості, забруднення прісної води та утворення великої кількості відходів виробництва. Все це може серйозно погіршити здоров'я населення і знизити загальний економічний потенціал країни. Одним із шляхів вирішення цих проблем є розвиток органічного сільського господарства, яке останнім часом набуло широкого поширення в Україні та дає багато екологічних, соціальних та економічних переваг. Проте розвитку органічного виробництва в Україні заважають такі чинники: низька купівельна спроможність населення, слабо розвинена ринкова інфраструктура органічної продукції, незавершеність заходів щодо просування органічного виробництва, низька поінформованість населення про наслідки для довкілля тощо. Тому вкрай актуальним є аналіз проблем розвитку органічного сільського господарства в сучасних умовах економічного розвитку, пошуку ефективних рішень та оптимізації політики підтримки органічного землеробства в нашій державі. Сьогодні Україна перебуває у стані нестабільного економічного становища, цим вона пов'язує себе з необхідністю залучення іноземних інвестицій, створюють умови для побудови довгострокового цивілізованого суспільства з високим рівнем життя населення. Важко повірити, що лише одне закордонне інвестування здатне підняти економіку нашої країни. Однак мобілізація іноземних капіталовкладень здатна стимулювати розвиток та зростання внутрішнього інвестування.

Основні положення про іноземні інвестиції та їх значення для економіки широко представлені в працях зарубіжних учених: класика політичної економії – Девіда Рікардо, одного із засновників класичної економії, англійця – Дж. С. Мілля, представників неокласичної теорії: Б. Оліна, Р. Нурксе, К. Іверсена. Серед Українських науковців вивченням проблеми залучення іноземних інвестицій

також займалися велика кількість економістів. Внесок у розробку теоретичних та практичних аспектів іноземних капіталовкладень зробили такі вчені як І.Б. Чичкало-Кондрацька, А.А. Буряк, С.В. Захарін, О.В. Фкдорчак, С.А. Дяченко та інші.

Однак, незважаючи на значну кількість наукових праць та статей у галузі дослідження іноземних інвестицій, ця тема залишається недостатньо вивченою, особливо питання залучення іноземних інвестицій у виробництво органічної продукції. Враховуючи привабливість органічного ринку для інвестицій і сформувалася основна мета роботи.

Мета роботи вивчити теоретичні основи становлення органічного ринку та дослідити перспективи збуту органічної продукції вітчизняного виробника на світовий продовольчий ринок. На основі отриманих даних виконати такі завдання:

- визначити сутність та значення органічного виробництва;
- проаналізувати концептуальні методи дослідження розвитку органічного виробництва;
- визначити місце вітчизняної органічної продукції на світовому продовольчому ринку;
- виконати аналіз стану виробництва органічної продукції в Україні та встановити привабливість галузі для іноземних інвестицій;
- проаналізувати ринкові умови для українських органічних виробників під час війни;
- знайти шляхи поліпшення інвестиційного клімату для вітчизняних виробників органічної продукції.

Об'єктом дослідження є органічне виробництво та продовольчий ринок, а предметом дослідження виступає збут органічної продукції на світовий продовольчий ринок.

Інформаційну базу дослідження становлять фундаментальні концепції, представлені у класичних і сучасних працях вітчизняних та зарубіжних учених-економістів, які зробили істотний внесок у розробку наукових засад у

дослідження іноземних інвестицій, а також законодавчі та нормативно-правові акти, що регулюють іноземні інвестиції в Україні.

За темою кваліфікаційної роботи було виконано наукову роботу та опубліковано матеріали у міжнародній конференції, науковому журналі:

– Андріяш А.С. Ринок органічної продукції України та його привабливість для залучення іноземних інвестицій / І.В. Левченко та інші // Науковий фаховий журнал «Агросвіт», №15 (2023)., 43-51. <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/1915/1934> (категорія Б, фахова стаття, Index Copernicus);

– Друге місце на Всеукраїнському конкурсі «Органічне виробництво та харчування - очима студентів».

Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА

1.1. Сутність та значення органічного виробництва

Сьогодні агропромисловий комплекс є чи не однією з найважливіших галузей економіки, яка може забезпечити продовольчу та економічну безпеку кожної країни світу. Одним із найважливіших трендів на даний момент є органічне землеробство. Виробництво органічної продукції є перспективним способом сільського господарства, який не тільки забезпечує отримання екологічно чистої продукції, але й дозволяє уникнути значного антропогенного впливу на навколишнє середовище.

За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО), органічне виробництво – це цілісна система управління харчовими продуктами та виробництва, яка поєднує у собі найкращі практики, спрямовані на захист навколишнього середовища, якість біорізноманіття та збереження природних ресурсів. Методи виробництва, які висувають високі вимоги до хорошого тваринництва (добробуту тварин) і відповідають особливим вимогам до продукції, виготовленої з матеріалів і процесів природного походження [1].

Вчені розходяться щодо природи концепції органічного виробництва. Слід зазначити, що крім категорії «органічне виробництво» існують також суміжні поняття «органічне землеробство» та «органічне сільське господарство». Стосовно взаємозв'язку між ними слід зазначити наступні моменти. Органічне землеробство – це цілісна система управління сільськогосподарськими землями та виробництва, невід'ємною частиною якої є органічне землеробство. Тому терміни «органічне виробництво» та «органічне сільське господарство» слід вживати в загальному та локальному контексті [2, с. 11]. З цієї причини ми розділяємо «органічне землеробство» та «органічне виробництво» на основі вищезазначених категорій. У визначенні екологічного землеробства в численних

вітчизняних та зарубіжних наукових публікаціях наголошується насамперед на використовуваних технічних властивостях тому, що при його реалізації не порушується процес самовідновлення природних і сільськогосподарських ресурсів [3 с. 166]. Деякі вчені розглядають природу органічного землеробства з точки зору системного підходу (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Визначення основних понять за авторами [1, 4-8]

Автор	Визначення поняття
1	2
Є. В. Милованов	Збалансована система виробництва аграрної продукції, що здійснюється сертифікованими суб'єктами господарювання з ефективним використанням біологічних факторів підвищення агротехнологічної продуктивності, що забезпечують екологічно, соціально та економічно ефективне і прозоре виробництво сільськогосподарської продукції з метою задоволення попиту.
Мігель А. Алтьєрі, Маркос Лана, Карін Стейн- Бачінгер	Спосіб ведення сільського господарства, який полягає у партнерстві з природою, а не домінуванні над нею. Він спрямований на виробництво продуктів харчування при одночасному встановленні екологічного балансу для поліпшення родючості ґрунтів або запобігання проблем зі шкідниками, передбачає використання випереджаючого підходу, а не усуває проблеми після їх появи.
Н. Я. Кутаренко	Цілісна система процесу виробництва сільськогосподарської продукції, що базується на низці обмежень щодо застосування хімічних добрив, пестицидів, ГМО, різних харчових добавок тощо, надаючи перевагу у впровадженні ресурсозаощаджуючих технологій з метою забезпечення населення достатнім обсягом якісних, безпечних продуктів харчування при мінімально негативному впливі на довкілля із збереженням якості ґрунтів, біорізноманіття та екосистем для досягнення сталості в аграрному секторі, враховуючи потреби майбутніх поколінь.
С. К. Ядав	Система виробництва, яка дозволяє уникнути або значною мірою виключити використання синтетичних добрив, пестицидів, регуляторів росту та кормових добавок для тварин, воно може забезпечити виробництво якісних продуктів харчування без негативного впливу на навколишнє середовище.
Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції»	Згідно основних положень законодавства України органічне виробництво являє собою сертифіковану діяльність, пов'язану з виробництвом сільськогосподарської продукції (у тому числі всі стадії технологічного процесу, зокрема первинне виробництво, підготовка, обробка, змішування й пов'язані з ним процедури, наповнення, пакування, перероблення, відновлення та інші зміни стану продукції), яка здійснюється з дотриманням вимог законодавства в області обігу і маркування органічної продукції.

FAO	Органічне виробництво спирається на управління екосистемами, а не на зовнішні сільськогосподарські ресурси. Це система, яка починає розглядати потенційні екологічні та соціальні наслідки, усуваючи використання синтетичних речовин, таких як синтетичні добрива та пестициди, ветеринарні препарати, генетично модифіковані насіння та породи, консерванти, добавки та опромінення. Вони замінюються практичними методами управління на місцях, які підтримують і збільшують довготривалу родючість ґрунтів та запобігають виникненню шкідників та хвороб.
-----	---

Ми віримо, що органічне виробництво – це гармонійне поєднання економіки та екології. Виробництво органічно (екологічно чистої) продукції є конкретною реалізацією концепції сталого розвитку сільськогосподарського виробництва. Органічно поєднує захист навколишнього середовища, економічне зростання та соціальний розвиток. Вона виступає взаємозалежним і взаємопідсилюючим чинником стратегічного розвитку країни, забезпечує сільськогосподарське виробництво. Важливим елементом продовольчої безпеки є якісне харчування населення. Метою органічного землеробства є сприяння сталому розвитку. У сільському господарстві сталий розвиток – це ефективне управління сільськогосподарськими ресурсами для задоволення потреб людини, зберігаючи або покращуючи якість навколишнього середовища та захищаючи природні ресурси для майбутніх поколінь. Тому має бути гарантований сталий розвиток органічного землеробства мислити цілісно – з урахуванням екологічних, економічних і соціальних аспектів [9, с.11].

Усі визначення органічного землеробства визнають той факт, що органічне землеробство принципово відрізняється від традиційних методів виробництва з економічних, соціальних, екологічних і технічних причин. Питання репутації органічного землеробства іноді здається суперечливим. Критики стверджують, що органічне землеробство є ідеологічною та непродуктивною системою, яка в майбутньому більше не матиме значення. Натомість прихильники вважають органічне землеробство інноваційним і все більш важливим методом виробництва продуктів харчування через його здатність досягати багатьох цілей сталого розвитку. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, органічне виробництво має подвійну соціальну роль: йдеться про

функціонування унікального ринку, який задовольняє попит споживачів на органічні продукти та забезпечує суспільні блага, які захищають природне середовище та сприяють добробуту тварин. та розвиток села [1].

Обидва визначення показують, що органічне землеробство є соціальною та екологічною системою загалом і продовольчою системою зокрема. У найширшому розумінні виробництво органічної продукції є, з одного боку, втіленням нової філософії формування взаємовідносин між людиною, людською діяльністю та навколишнім середовищем, а з іншого – ринковим явищем, яке має реагувати на потреби людей. потреби. Вимоги сучасних аграрних ринків. Тільки з цими знаннями ми можемо отримати наукове розуміння факторів, що впливають на розвиток екологічно чистого виробництва. Варто зазначити, що виникнення біологічних рухів відбувалося в умовах економічної індустріалізації і цей рух продовжувався протягом ХХ століття, долаючи свої екологічні та соціально-економічні наслідки (рис. 1.1).

З часом принципи органічного виробництва та розвиток органічного ринку перетворилися на мотивацію для різних соціальних груп. На думку експертів ФАО, рушійні сили сучасного біовиробництва з точки зору соціальних груп можна розділити на три основні категорії:

1) Органічне виробництво залежить від споживача чи ринку та базується на перевірній та надійній системі сертифікації та маркування органічних продуктів. Водночас споживачі розуміють, як і де виробляються органічні продукти та як вони потім продаються;

2) Органічне землеробство базується на послугах. Усі соціальні групи усвідомлюють, що органічне землеробство дає екологічно чисту продукцію та зменшує забруднення навколишнього середовища. навколишнє середовище та підвищення біорізноманіття;

3) Органічне землеробство покладається на фермерів (торгові компанії). Він ґрунтується на усвідомленні фермерами нестабільності традиційного виробництва та використовує переваги органічного виробництва як фактор покращення здоров'я населення.

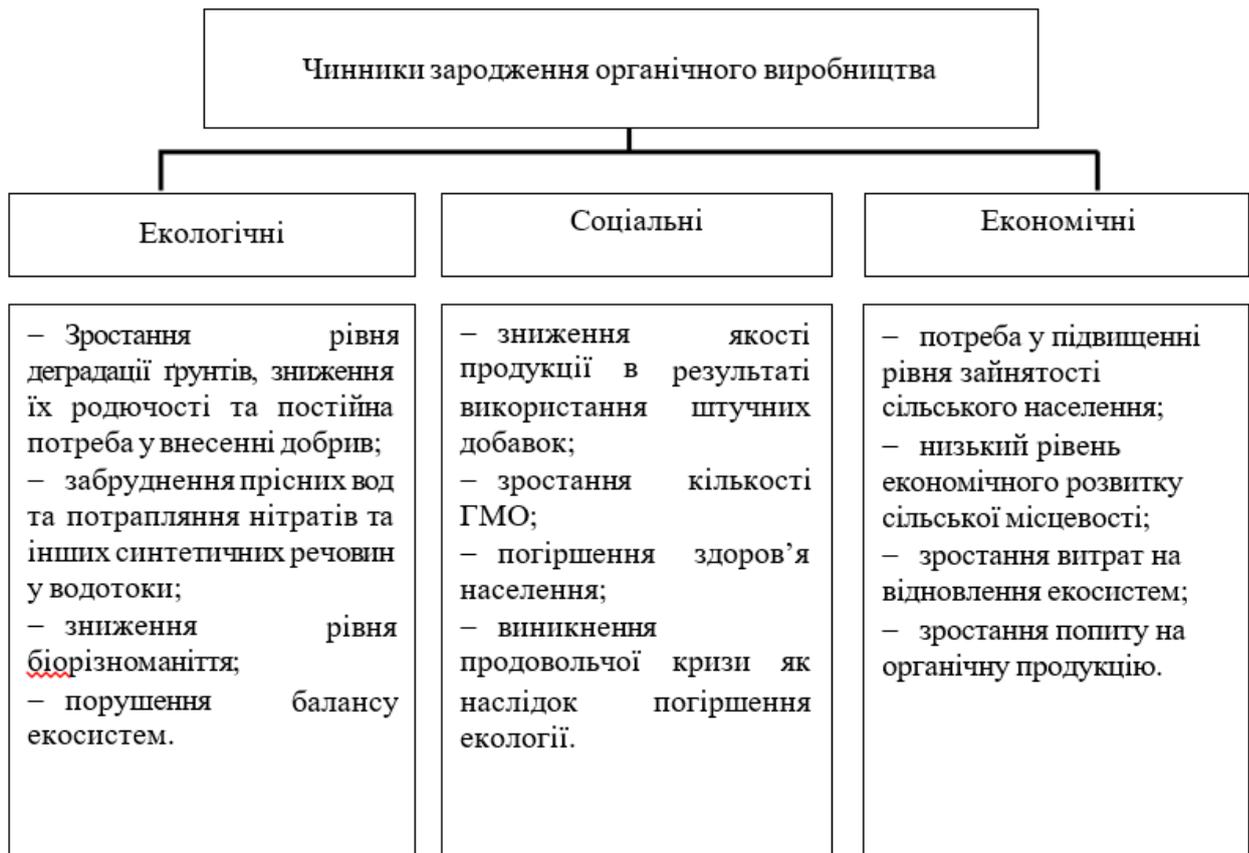


Рис. 1.1. Основні чинники формування органічного виробництва [1-8]

У більшості випадків покращуються фінансово-економічні показники самого господарства. Також важливо розвивати прямі канали збуту, що дуже вигідно для малих фермерів, оскільки в деяких розвинених країнах малим фермерам не обов'язково сертифікувати свою продукцію [12, с.11].

Сьогодні глобальне органічне виробництво включає сільське господарство та переробну промисловість, а також видобуток лісової продукції через бджільництво та аквакультуру. Результатом екологічного виробництва є органічні продукти[1].

Відповідно до законодавства України органічна продукція – це сільськогосподарська продукція, отримана в результаті органічного землеробства, у тому числі харчові продукти та корми [8]. Наразі перелік органічної продукції включає повний асортимент продукції, включаючи одяг, меблі, косметику, предмети інтер'єру, засоби гігієни, екологічну побутову хімію, дитячі іграшки тощо. Основним сегментом світового ринку органічної продукції

є виробництво екологічно чистих продуктів, чиста їжа [1].

Іноді для визначення терміну органічні продукти використовуються категорії «натуральні продукти» або «екологічно чисті продукти». Незважаючи на подібний зміст, вони суттєво відрізняються один від одного (табл. 1.2). Деякі європейські країни використовують терміни «органічний» і «органічний» для позначення продуктів, виготовлених за допомогою органічних процесів. Однак в Україні немає законодавчої бази для цих позначень. Лише слово «organic» у назві продукту має юридичну основу та відповідний сертифікат якості, що дає покупцям спокій.

Таблиця 1.2 – Порівняльна таблиця основних понять органічного виробництва

Поняття	Визначення
Натуральна продукція	Продукція, в складі якої немає синтетичних ароматизаторів, барвників та інших хімічних добавок зі звичайної сировини. Проте це не означає, що продукт не був вирощений і оброблений за допомогою хімічних речовин, антибіотиків, гормонів та інших синтетичних препаратів.
Екологічно чиста продукція	Термін «екологічно чистий» відноситься до процесу виробництва. Найчастіше префікс «еко-» використовують як маркетинговий хід, або визначення виробничого процесу за стандартом ISO 14000, що стосується екологічності процесу виробництва і його впливу на навколишнє середовище, але не самого продукту.
Органічна продукція	Сертифікована продукція, вироблена без застосування синтетичних пестицидів, мінеральних добрив, ГМО, штучних барвників, ароматизаторів та консервантів.

Стандарти для органічних продуктів можна розділити на такі категорії:

1. Міжнародні стандарти – «Основні стандарти IFOAM для виробництва та переробки органічних продуктів» та «Правила комісії Codex Alimentarius щодо виробництва, обробки, маркування та маркетингу органічних продуктів» (CAC/GL32-1999).

2. Стандарти національної асоціації – Рішення 834/2008 Європейського Союзу «Про органічне землеробство та маркування органічних продуктів», Pacific POS Standards, Регламент Комісії (ЄС) № 889/2008, що встановлює чіткі правила для виробництва органічних продуктів, Регламент Комісії (ЄС) №

1235/2008 щодо імпорту органічних продуктів в треті країни, вересень 2008 р., Регламент Комісії (ЄС) № 889/2008 від 5 вересня 2008 р., Регламент (ЄС) № 2018/848 Новий органічний регламент. Діє з 1 січня 2021 року.

3. Національні стандарти: JAS (японські сільськогосподарські стандарти), американські NOP (національна органічна програма), швейцарські органічні правила тощо.

4. Приватні стандарти – Demeter (дійсний у Європі, Америці, Африці, Новій Зеландії), Luomuliito (Фінляндія), KRAV (Швеція), ECOLAND (Німеччина), BioSuisse (Швейцарія), SoilAssociation (Велика Британія), Naturland (Німеччина) та по всьому світу) тощо [6].

Важливою темою на даний момент є різноманітність принципів і стандартів органічного виробництва. Наприклад, за даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, розвиток органічного сільського господарства базується на чотирьох принципах:

Правила здоров'я. Вважається, що цей сектор економіки підтримує та покращує здоров'я ґрунтів, рослин, тварин, людей і планети в цілому;

Принцип справедливості. Органічне сільське господарство має базуватися на відносинах, які забезпечують рівність і поважають екологічні проблеми та життєві шанси;

Принципи екології. Органічне землеробство має базуватися на принципах екосистем і природних циклів, працювати з ними, жити з ними та підтримувати їх;

Принцип обережності. Управління органічним сільським господарством має бути проактивним і відповідальним для захисту здоров'я та благополуччя нинішніх і майбутніх поколінь, а також навколишнього середовища [1].

Ці принципи були розроблені та схвалені Конгресом Міжнародної федерації органічних рухів (IFOAM) 28 вересня 2005 р. [14]. Вони становлять основу для розвитку органічного землеробства та відображають можливості, які органічне виробництво може запропонувати світу, а також бачення вдосконалення сільського господарства в глобальному масштабі. Щоб зрозуміти

природу органічного землеробства, необхідно детально розглянути його стандарти та переваги. Їх можна розділити категорії:

Екологія: збільшення частки органічних площ у загальній площі сільськогосподарських угідь; захищати та збільшувати природний потенціал сільського господарства; зменшити використання пестицидів; екологічні стандарти продукції тваринництва; високоякісна продукція; заборонити використання генетично модифікованих організмів (ГМО) тощо.

Економіка: ефективність і рентабельність сільського господарства; модернізація технологій і процесів сільськогосподарського виробництва та поступовий перехід до технологій з мінімальним впливом на довкілля; сприяння інвестиціям у нові види сільськогосподарської діяльності; визначення високого попиту на органічну продукцію тощо.

Формування соціальних норм для органічного землеробства спрямоване на зменшення соціальних конфліктів та захист культурної системи аграрного сектору: підвищення рівня безпеки персоналу та зміцнення системи мотивації праці в сільському господарстві; забезпечення високої якості життя працівників сільськогосподарського виробництва; приділення більшої уваги соціальному розвитку регіону тощо [15, с.197-198].

Таким чином, сфера органічного землеробства є досить складною, оскільки вона поєднує економічні, соціальні та екологічні аспекти. Більше того, це явище потребує подальших досліджень для виявлення його масовості та впровадження його позитивних рис у життя залежно від конкретних умов його розвитку в різних країнах світу.

1.2. Концептуальні методи дослідження розвитку органічного виробництва

Сфера органічного виробництва сьогодні включає сільське господарство та переробну промисловість. Враховуючи новизну та нерозвиненість цієї сфери

світових ринків, більшість науковців досі розглядали органічне виробництво лише в сільськогосподарському контексті. Концепцію органічного землеробства вперше запропонував у 1940 році експерт із сільського господарства Лорд Нортборн з Оксфордського університету у своїй книзі «Турбота про Землю».

Одним із засновників органічного землеробства є британський ботанік А. Говард («Сільськогосподарський заповіт», 1940 р.) [16]. Існує два погляди на виникнення та розвиток органічного землеробства. Перший метод заснований на застосуванні принципів екологічного виробництва. Його коріння сягає епохи традиційних методів землеробства, розроблених у стародавніх колоніях та інших стародавніх цивілізаціях. Концепція органічного землеробства відома вже більше 1000 років. Короткі згадки про органічне землеробство є в давньоіндійських економічних і політичних трактатах і в стародавньому епосі «Рігведа» Рамаєна, Махабхарата і Артхашастра. Другий підхід базується на вивченні виникнення органічного виробництва як відповіді на індустріалізацію світової економіки з метою подолання її негативних наслідків. Органічне землеробство як метод ведення сільського господарства з'явилося в першій половині 20 століття, але досягло свого піку в 1990-х роках. Розвиток цієї моделі сільськогосподарської діяльності можна чітко розділити на три якісні фази [17].

1-й етап піднесення (1924-1970). Це знаменує собою народження концепції органічного землеробства, яка бере початок у 1920-х роках.

У 1924 році Рудольф Штайнер викладав так званий перший курс органічного землеробства. Курс пройшли більше сотні фермерів. У 1925 році Рудольф Штайнер прочитав німецькі лекції про біодинамічне сільське господарство. Хоча Штайнер керувався духовними та філософськими міркуваннями, а не науковими, його вчення про біодинамічне сільське господарство стало ранньою версією того, що ми називаємо сьогодні. «Органічне землеробство» [17].

Інший дослідник, Файфер, застосував ці теорії до сільського господарства та став піонером біодинамічного землеробства. Ця концепція поширилася в Європі наприкінці 1920-х років, і, зокрема, вчені Швейцарії, Великобританії,

Данії та Нідерландів почали детально обговорювати цю тему [18]. У 1939 році Е. Бальфур провів науковий експеримент на британських сільськогосподарських угіддях, щоб порівняти звичайне та органічне землеробство. Його книга «Жива планета» набула широкого розповсюдження і призвела до заснування однієї з найвідоміших сьогодні організацій органічного землеробства – Soil Association [18].

На початку 1940-х років японський мікробіолог Масанобу Фукуока відкрив. Розробив власні органічні методи, приділяючи особливу увагу мікробним добривам власного винаходу та мінімізуючи вплив людини на ґрунт і рослини. У 1975 році видав свою першу книгу «Соломинка революція» опублікувала результати його 30-річної праці [19].

У цей період географічно сформувалися чотири органічні центри руху: Німеччина (Німеччина, Австрія, Швейцарія), Велика Британія (Велика Британія та її колонії), США (США), Японія [20, с.5]. Тому перший етап характеризувався появою невеликих експериментальних господарств, які виробляли екологічно чисті продукти переважно для власних потреб. Загалом ці операції мають мінімальний рівень комерціалізації [21, с.40–41].

2-й етап розвитку (1970-1990 рр.). Після енергетичної кризи 1973 року (нафтове ембарго) дослідження та практика органічного землеробства поширилися в усьому світі разом зі зростаючою чутливістю до агроекологічних питань. Це був час нових ідей, великих соціальних змін, протестних рухів і поширення альтернативних ідей способу життя. Дедалі більшого поширення набувають думки щодо раціонального використання природних ресурсів, охорони навколишнього середовища, забезпечення продовольчої безпеки тощо. За цей час виникло кілька організацій, які існують і сьогодні Грати вирішальну роль у розвитку та моніторингу.

3-й етап зростання (з 1990-х років). Удосконалено функціонування ринку органічної продукції, запроваджено правила ведення бізнесу та нагляд за органічним землеробством, організації, що працюють у цій сфері, розділено на державні та неурядові. Розпочато роботу з уніфікації правил виробництва

органічної продукції та її сертифікації в усіх країнах. Органічне землеробство зараз динамічно розвивається в усьому світі [18]. Основною відмінністю між цією фазою та двома попередніми є поява національної політики підтримки та регулювання органічного виробництва та розширення міжнародної торгівлі, викликане зростанням попиту в Західній Європі, Північній Америці та Азії (зокрема в Японії). Водночас у країні та за кордоном активно розвиваються споживчі організації, які займаються екологічно чистою продукцією, постійно посилюються їх інформаційно-просвітницькі функції, що вплинуло на розвиток певних переваг цього виду продукції. Водночас організації споживачів органічної продукції та екологічні асоціації починають активно виступати проти наявних на ринку ГМО [21, с. 40-41].

Посилаючись на розроблені на даний момент стандарти маркування органічної продукції, слід зазначити, що в більшості країн стандарти маркування органічної продукції узгоджуються з європейським законодавством, зокрема з Постановою № 834/2007 від 28 червня 2007 року «Про органічне виробництво та маркування продуктів». "органічний" та стандарти Міжнародної федерації рухів за органічне сільське господарство (IFOAM), згідно з якими мінімальні вимоги до маркування продуктів:

1) Продукт має позначку «Органічний», якщо він містить від 95 до 100% (за вагою) органічних інгредієнтів;

2) Якщо менше 95%, але не менше 70% інгредієнтів (у розрахунку на вагу продукту) походять з органічного землеробства, продукт не є органічним і буде позначений як «Продукт з органічними інгредієнтами» (за умови, що точні пропорції зберігаються). з органічних інгредієнтів);

3) Якщо менше 70% інгредієнтів (за вагою) є органічними, продукт не може бути позначений як «органічний», а на упаковці не може бути напис «Вироблено з органічних інгредієнтів» або печатка авторитетної організації чи відповідна. Вони з'являються на сертифікатах упаковки, національних логотипах або інших видимих етикетках, пов'язаних із сертифікацією органічної продукції або інгредієнтів продукту, але окремі інгредієнти, перелічені в списку

інгредієнтів продукту, можуть бути позначені як «органічні» [22; 23].

У Сполучених Штатах маркування продуктів здійснюється інакше:

«100% Organic Product» – містить 100% сертифіковані USDA органічні інгредієнти;

«Органічні продукти» – містять не менше 95% органічних інгредієнтів, а решта 5% повинні бути в списку дозволених добавок;

«Продукція на основі органічних інгредієнтів» – містить не менше 70% органічних інгредієнтів, решта 30% повинні бути в списку дозволених інгредієнтів;

Продукти, що містять менше 70% органічних інгредієнтів, не можуть бути позначені як органічні. Ці продукти можуть містити будь-яку кількість органічних інгредієнтів без обмежень [24].

Однак такий поділ етапів розвитку органічного сільського господарства є умовним, оскільки, якщо взяти до уваги розвиток вищезазначених видів діяльності в давнину, то можна сказати, що суспільство відтоді до сьогодення відповідало «характерним законам органічного сільського господарства». Під впливом еволюції можна спостерігати зміни.

Сьогодні органічне виробництво отримало визнання у всьому світі. Він дає відповіді на багато запитань і порушує типові проблеми сучасного сільського господарства та сільської місцевості, а також проблеми, пов'язані з якістю продуктів харчування та здоров'ям населення. Важливою темою є дослідження параметрів ефективності в органічному землеробстві. Органічне виробництво, важлива частина національного агропромислового комплексу, відповідає вимогам ринкової економіки, а це означає, що ефективність має бути забезпечена та відображена в показниках впливу та користі (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Показники ефектів впровадження органічного виробництва [25]

Вид ефекту	Показники
Економічний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підвищення якості продукції. 2. Збільшення прибутку, валової продукції, виручки від реалізації. 3. Зростання продуктивності праці, основних засобів. 4. Впровадження інноваційних технологій та економія виробничих ресурсів. 5. Налагодження експортно-імпортних відносин з країнами. 6. Збільшення надходжень від туристичної діяльності.
Енергетичний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Натуральні і відносні показники економії всіх видів палива.
Технологічний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рівень ефективного використання земельних ресурсів. 2. Збільшення продуктивності (за видами виробництва). 3. Зменшення обробітку ґрунту і внесених добрив. 4. Зниження темпів деградації ґрунтів. 5. Підвищення рівня вільного утримання тварин і птахів. 6. Приріст сільськогосподарської продукції (за видами виробництва). 7. Зменшення відходів виробництва та повторне використання ресурсів. 9. Поліпшення якісних параметрів продукції (За видами виробництва)
Екологічний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поліпшення показників ґрунту: гумусу, макро- і мікроелементів. 2. Зниження забруднення ґрунту радіонуклідами, важкими металами, пестицидами і бур'янами. 3. Зниження рівня вмісту нітратів, пестицидів, важких металів і хімічних сполук в продуктах. 4. Зменшення рівня захворюваності тварин і рослин. 5. Зменшення негативного впливу на стан природного середовища. 6. Раціональне природокористування.
Соціальний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підвищення рівня життя населення, доходів, споживання органічної сільськогосподарської продукції. 2. Зростання рівня зайнятості. 3. Зменшення рівня захворюваності населення. 4. Підвищення рівня розвитку сільської місцевості. 5. Застосування нових форм організації виробництва і праці.

Враховуючи наведені показники ефективності органічного землеробства в аграрному секторі, слід виділити наступні типи впливів:

- 1) Економічна вигода визначає ефективність використання матеріальних і нематеріальних ресурсів, необхідних для виробництва продукції;
- 2) Енергоефективність означає ефективність використання різних джерел енергії в процесі виробництва органічного сільського господарства;
- 3) Технічна ефективність визначає ефективність використання ресурсів органічного землеробства як засобу виробництва;
- 4) Екологічна ефективність являє собою екологічний стан кожної частини органічного виробництва землі Відділ технічного процесу та відповідних результатів;
- 5) Соціальна ефективність відображає наслідки впливу екологічного

сільськогосподарського виробництва на економічну, демографічну, виробничу, культурну та моральну сфери життя людини [25, с. 436].

Наслідки запровадження органічного землеробства – це насамперед економічні вигоди. Використання методів оцінки економічної ефективності органічного виробництва дозволяє запропонувати наступні методи:

1) Методичний інструментарій оцінки економічної ефективності виробництва екологічної продукції в цілому по господарству та окремих її видів;

2) комплекс методичних інструментів для оцінки порівняльної економіки виробництва продукції з використанням біотехнології порівняно з традиційними технологіями;

3) Методичний інструментарій оцінки ефективності інвестиційних планів розвитку органічного сільського господарства [26, с. 50].

Оцінка екологічних та економічних переваг біотехнологічно вироблених продуктів поєднує економічні та екологічні результати виробництва порівняно зі звичайними технологіями.

Економічний ефект – додатковий прибуток за рахунок збільшення: врожайності та врожайності Тому віддача від охорони та підвищення родючості земель – це ціна виробленої продукції з урахуванням покращення її якості та екологічних властивостей [26, с. 50-51].

Можна виділити такі основні чинники, які впливають на результати еколого-економічної оцінки та впливають на їх значення:

1) продуктивність землі;

2) ціна, що відображає ступінь екологічності товару;

3) Додаткові витрати на виробництво біотехнологічних продуктів порівняно зі звичайними [26, с. 50-51].

Очевидно, що розвиток органічного землеробства пройшов кілька етапів і зазнав кількісних і якісних змін. Для оцінки екологічних та економічних переваг виробництва органічної продукції порівняно зі звичайними запропоновано методику, яка дозволяє точно визначити економічний ефект від використання екологічно чистих технологій виробництва.

1.3. Міжнародний досвід підтримки та активізації органічного землеробства

В даний час органічні методи землеробства широко поширені в усьому світі і демонструють позитивні зміни. За даними спільного дослідження інституту органічних досліджень FiBL та Міжнародної федерації органічного сільського господарства на даний момент 179 країн світу спеціалізуються на органічному землеробстві, з яких 87 мають положення про спеціалізацію в цій сфері й 17 країн наразі розробляють та приймають нормативно-правову базу, що свідчить про позитивну тенденцію розвитку даного виду діяльності.

Площа органічних земель в світі продовжує зростати: понад 72,3 млн га сільськогосподарських земель зайнято під органічним виробництвом. Дослідний інститут органічного сільського господарства (FiBL) і Міжнародний підрозділ Міжнародної федерації органічних сільськогосподарських рухів (IFOAM – Organics International) представили останні дані щодо органічного виробництва в світі на провідній світовій виставці органічних продуктів «Біофах». Щорічну книгу «Світ органічного сільського господарства» було представлено 17 лютого 2021 року на спеціалізованій онлайн виставці «Біофах eSpecial 2021». (м.Фрік, 17 лютого 2021 р.) За даними останнього дослідження FiBL щодо органічного сільського господарства в світі площа сільськогосподарських земель, зайнятих під органічне виробництво, зросла на 1,1 млн га, обсяги роздрібної торгівлі органічними продуктами також продовжують зростати, про що свідчать дані з 187 країн (станом на кінець 2019 року). 22-е видання дослідження «Світ органічного сільського господарства», опубліковане FiBL і IFOAM – Organics International, демонструє продовження позитивної тенденції, що спостерігається в останні роки. Цьогорічне дослідження органічного сільського господарства у світі проведено за підтримки Державного секретаріату Швейцарії з економічних питань (SECO), Міжнародного торгового центру (ITC), Фонду сталості Соор (Швейцарія) і NürnbergMesse, організаторів торговельної виставки «Біофах».

Країною з найбільшою площею органічного землеробства (27,2 млн га) є Австралія, за нею йдуть Аргентина (3 млн га) і Китай (2,3 млн га). Майже найбільша частка органічних орних земель у світі припадає на Океанію (27,3 млн га), за нею йдуть Європа (23%, 13,5 млн га) і Латинська Америка (12%, 7,1 млн га). У світі є п'ятнадцять країн, де органічно обробляється понад 10% сільськогосподарських угідь [27]. Через нерівномірність розвитку органічного сільського господарства у світі можна сказати, що кожна країна має свою систему та модель розвитку органічного сільського господарства.

Найбільш розвинутий ринок органічних продуктів у світі знаходиться в США. На його частку припадає приблизно 40-45% усього світового ринку. Наприклад, органічний ринок США становив 45,2 мільярда доларів. США. На органічні продукти припадало 5,5% продажів продуктів харчування в роздрібних каналах США. Загальний обсяг продажів органічної продукції торгівлі товарами склав 49,4 мільярда доларів. У США продажі органічних продуктів харчування зросли на 6,4%, а продажі органічних непродовольчих товарів зросли на 7,4% до 4,2 млрд доларів [28]. У США органічні продукти продаються переважно на місцевих фермерських ринках. Європейський досвід показує, що 73% екологічної продукції просувається через роздрібні мережі, 15% реалізується через прямі продажі та маркетплейси компаній-виробників, 12% реалізується в спеціалізованих магазинах (включаючи інтернет-магазини). Крім того, зараз у США створюються спеціалізовані «органічні» ресторани та кафе, а звичайні ресторани також пропонують страви з органічних продуктів. Характерною рисою сучасності є бурхливий розвиток ринку органічного дитячого харчування [29]. За даними Міністерства сільського господарства США (AMS), органічна промисловість продовжує розвиватися як на національному, так і на глобальному рівнях, нараховуючи понад 24 500 сертифікованих виробників органічної продукції по всій країні та 37 000 по всьому світу.

Серед найвідоміших виробників органічних продуктів: Health Valley (виробництво хліба), Green & Black's (шоколадні вироби), Purity Organic (виробництво напоїв), Cascadian Farms (виробництво та переробка зернових),

Stoneyfield Farms (молочні продукти).

Продукція: йогурти, снеки, дитяче харчування), Flying Pig Farm (виробництво нарізки та м'ясних виробів), Milk Thistle Farm (молочні продукти) [30]. З точки зору законодавчого нагляду за органічним землеробством, варто зазначити, що США прийняли Закон про органічне землеробство у 2002 році. З того часу було видано близько 20 тис. сертифікатів, у тому числі для переробників продукції. Щоб отримати органічну сертифікацію, фермери повинні продемонструвати відповідність нормам Міністерства сільського господарства США, які передусім вимагають використання натуральних, несинтетичних пестицидів, генетично модифікованого насіння, а також деяких хімічних добрив протягом трьох років до першого органічного врожаю та забороняють антибіотики при зборі врожаю обмежений і синтетичних пестицидів [31].

Основними органами контролю за органічним землеробством і безпекою сільськогосподарської продукції в США є Міністерство сільського господарства (USDA) і Агентство з охорони навколишнього середовища (EPA). Вони розробляють ключові нормативні акти, нормативні заходи та стандарти якості, контролюють стратегічні плани та впроваджують нові рішення в Національній системі діагностики тварин (NPDN). Міністерство сільського господарства Сполучених Штатів регулярно публікує набір сільськогосподарських законів і правил («Фермерський законопроект») кожні п'ять років, що є інноваційним порівняно з попередніми версіями. Міністерство сільського господарства США має 19 департаментів, п'ять з яких безпосередньо займаються такими питаннями, як органічне сільське господарство, стандартизація та сертифікація якості органічної продукції, а також забезпечення безпеки харчових продуктів [31]. Кожен з них відповідає за виконання федеральних міністерських програм, розробку нормативних актів і впровадження нових технологій. Річні стратегічні звіти та плани USDA та EPA описують ключові стратегічні місії в сільському господарстві та продовольчій безпеці [31].

Що стосується специфіки національної підтримки розвитку органічного

сільського господарства, то варто зазначити, що США було здійснено численні заходи щодо відкриття органічного сільського господарства, і ці дії були реалізовані вищезазначеними організаціями. До них належать:

1) Відшкодування плати за сертифікацію органічної землі та продукції. Органічні фермери та переробники, які підтримуються USDA, можуть отримати відшкодування до 75% витрат на сертифікацію, що не перевищує 750 доларів США на рік. зона сертифікації;

2) Надання фінансової підтримки для створення екологічних буферних зон. Ця фінансова підтримка заохочує органічних фермерів створювати природні захисні кордони навколо територій, де вирощують органічну їжу.

3) Кредитування маркетингових заходів, спрямованих на прискорення реалізації екологічної продукції. Недорогі позики на зберігання органічних харчових продуктів на органічних фермах також доступні для будівництва та модернізації складських приміщень для органічних харчових продуктів, включаючи холодильні камери, навіси, резервуари для сипучих матеріалів і сушильне обладнання.

4) Надання позик під низькі відсотки (включаючи мікро фінансування та позики на захист) для переходу до екологічного виробництва, зокрема для придбання або розширення нерухомості, будівництва чи модернізації будівель, меліорації землі та очищення води, для покриття поточних операційних витрат на опускання кришки паливної горловини тощо.

5) Надання субсидій на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, пов'язані з розвитком органічного сільського господарства. Деякі гранти націлені саме на сільськогосподарських виробників і зосереджені на нових органічних фермах або звичайних фермерах, які планують прийняти органічні методи землеробства. Наприклад, звичайні сільгоспвиробники могли б отримати підтримку в розмірі 20 тис. дол. Річна вартість переходу на органічне землеробство становить 80 000 доларів. Шість років у США. Ці програми також адресовані компаніям, які вже мають сертифікати та хочуть розширити свою діяльність.

б) Надання безкоштовної технічної підтримки у вигляді прямого технічного обладнання, курсів і вебінарів, що сприяють впровадженню нових технологій у виробництво біологічних препаратів [32].

Франція є однією з найрозвиненіших країн світу, коли йдеться про органічне землеробство. Населення становить 54 044 людини, у тому числі 36 691 виробник, а відсоток французьких ферм, які практикують органічне землеробство, становить 8,3%. Кількість компаній, які займаються переробкою, дистрибуцією та імпортом, становить 17 353. Площа органічних земель у Франції охоплює 1,78 млн га, що становить 6,59% від загальної сільськогосподарської площі. Також постійно зростає споживання органічних продуктів. Вартість ринку органічних продуктів харчування склала понад 8,3 млрд євро, що означає зростання на 17% за один рік [32].

За експертними оцінками, в органічному землеробстві було зайнято майже 134,5 тис. осіб. Найважливішими продуктами з органічним сертифікатом за остання роки були продукти харчування (31%), свіжі фрукти та овочі (17%) та алкогольні напої (15%). Новим трендом також є продаж органічної продукції (особливо фруктів та алкогольних напоїв) у закладах громадського харчування. Продуктивність також зросла для солодкої випічки (+22%) і солодкої їжі (+17%) [32]. Частка органічного землеробства у загальному розведенні тварин у Франції становить: молочне скотарство 4,93% (яловичина 4,53%, молочні продукти 5,40%), овець 7,09%, кіз 7,75% і свиней 1,07%. Органічне птахівництво займає 1,40% від загального поголів'я птиці та курей [32].

Щодо державної допомоги та розробки планів сприяння органічному сільському господарству у Франції, слід зазначити, що перший план розвитку органічного сільського господарства був створений ще в 1998 році. Додатково врахована діяльність за такими пріоритетними напрямками:

- 1) Збільшення площі органічних посівів до 15% у 2022 році;
- 2) За підтримки організаційного фонду Avenir Bio витрати на підтримку розвитку органічного виробництва будуть збільшені до 6 мільйонів євро з 2018 року;

3) Сприяти споживанню органічних продуктів і підтримувати забезпечення органічними продуктами всіх споживачів, включаючи найбільш вразливі верстви населення; забезпечення у 2022 році збільшення пропозиції органічної продукції в закладах громадського харчування на 20%;

4) Переглянути пріоритети науки;

5) Уніфікація стандартів виробництва з європейськими; з 1 січня 2021 року набули чинності нові європейські правила органічного землеробства [33].

Що стосується організації моніторингу діяльності всіх учасників ринку, то Національний інститут виробництва та якості можна вважати найважливішою організацією у Франції. Органом з акредитації є Рада з акредитації. Крім того, існує 9 органів сертифікації, які сертифікують продукцію та виробників відповідно до загальноєвропейських стандартів (ECOCERT France, CERTIPAQ BIO, BUREAU VERITAS Certification-QUALITE FRANCE, CERTISUD, CERTIS, BUREAU ALPES ControlES, QUALISUD, BIOTRO Agriculture, EUEK Agriculture, EUEKS, КВАЛІСУД, сільське господарство EUEK, сільське господарство EUEK Сертифікат).

Сертифікація здійснюється відповідно до положень Європейського загального законодавства про органічне сільське господарство, які містяться в наступних правових актах (ці положення застосовуються в принципі до всіх країн ЄС):

– Регламент (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 року про органічне землеробство та маркування органічних продуктів;

– Регламент Комісії (ЄС) № 889/2008 від 5 вересня 2008 року, що встановлює чіткі правила виробництва;

– Регламент (ЄС) № 834/2008 про органічне землеробство, маркування та контроль;

– Регламент (ЄС) № 1235/2008 від 8 грудня 2008 р. про впровадження Регламенту Ради (ЄС) № 834/2007 щодо імпорту органічних продуктів із третіх країн;

– Регламент (ЄС) № 2018/848 – новий органічний регламент. Діє з 1 січня

2021 року.

Французьке законодавство також має свої норми:

- Регламент про органічне виробництво сільськогосподарських тварин, який доповнює положення Регламенту Ради (ЄС) № 834/2007 та Регламенту Комісії (ЄС) № 889/2008;
- Положення про «корми для тварин на основі органічної сировини»;
- Технічні характеристики комерційних побутових послуг;
- Код корму для кроликів, кабачків, равликів і страусів (так званий «CCF Біо») [34].

Крім того, фермери у Франції отримують додаткові субсидії протягом п'яти років, якщо переходять на органічне землеробство. Хоча рівень субсидії був найвищим у перші два роки (наприклад, 511 євро на гектар на рік у випадку садівництва), у наступні два роки державна субсидія була зменшена вдвічі (255 євро), а в останньому році вона становила лише до 170 євро [35].

Німеччина займає лідируючі позиції у світі з розвитку органічного сільського господарства. За останній рік обсяг ринку органічних продуктів перевищив позначку в 10 млрд євро, що означає зростання на 6% порівняно з попереднім роком (9,48 млрд євро). Органічні продукти становили 5,1% харчової промисловості Німеччини. Основна продукція, що виробляється: овочі, включаючи картоплю (561,7 млн євро, 8,2% ринку); Хлібобулочні вироби (459,3 млн євро, 5,9% ринку) і фрукти (389,2 млн євро, 3,85% ринку). Основними каналами збуту органічної продукції в Німеччині є: приблизно 50% – роздрібні торговці, 31,4% – роздрібні торговці та 18,5% – інші канали збуту [35]. Незважаючи на збільшення площі сільськогосподарських угідь, які використовуються для органічного землеробства, попит на органічну продукцію залишається продукція продовжує значно перевищувати пропозицію. За сучасними оцінками, загальна площа органічних посівів зросла на 124 647 га (10%) до 1 375 967 га. Кількість органічних ферм у Німеччині зросла до 7,5% від загальної сільськогосподарської площі.

Особливістю органічного землеробства в Німеччині є об'єднання всіх

компаній в одну асоціацію, що відрізняє цю країну від інших. Така дія допомагає знизити ризик, пов'язаний зі специфікою органічного виробництва. Нині в Німеччині діє 9 асоціацій, які займаються органічним землеробством, які об'єднують понад 13 тис. компаній, серед яких: «Біокрейс», «Біоленд», «Біопарк», «Деметра», «Ecoland», «Ecovin», «Gäa», «Naturland», «Verbund Ökohöfe». У 2002 році представники асоціацій органічних фермерів, переробників і ринків заснували Федерацію виробників органічних продуктів харчування BOLW (Federation of the Organic Food Industry), яка стала провідною організацією для всієї органічної галузі [36].

«Деметра» — найстаріший клуб Німеччини, заснований у 1928 році. Мало хто може конкурувати з їхнім багатим практичним досвідом, ефективними методами виробництва та суворими вимогами до органічної сертифікації. 25 років тому, після возз'єднання Німеччини, саме «Деметра» придумала побудувати екопоселення Бродовен у природному заповіднику Шорфхайде-Корін комплекс за 40 кілометрів від Берліна. Річний оборот проекту становить близько 10,5 млн євро, третина з яких припадає на молочні продукти. На площі 200 га вирощується майже 30 видів фруктів та овочів. Пропозиція натуральних продуктів включає понад 1200 найменувань, від шоколаду до косметики. Товари надходять на місцеві ринки, а також у школи, дитячі садки, компанії та супермаркети Берліна, Потсдама та інших міст. Список клієнтів налічує понад 10 000 клієнтів.

Ще один важливий аспект – відносно низька ціна органічної продукції. Так, літр органічного молока коштує 1,35 євро, 100 грамів сиру – 2,69 євро, десяток яєць – 3,10 євро, кілограм моркви – 2,19 євро [37]. У Німеччині кожен виробник органічної продукції має право на державне фінансування, що є одним із найсильніших стимулів для входу в цю перспективну галузь. Ось така ситуація: органічні компанії в Німеччині отримують такі самі субсидії, як і традиційні компанії. Ви можете отримати земельні бонуси в розмірі від 280 до 360 євро за гектар (в залежності від регіону). Крім того, вони можуть скористатися сільськогосподарськими програмами та отримати субсидії на

розвиток. Перехід від традиційного до органічного виробництва триватиме два роки, але фінансування органічних господарств буде доступним з першого року. Гроші також важливі, оскільки між розробкою продукту та сертифікацією проходить велика затримка. Ті підприємства, які успішно подолали труднощі перехідного періоду, отримують «органічний» сертифікат і тепер зможуть маркувати свою продукцію еко маркуванням [37].

Правовою основою органічного землеробства є:

– Регламент Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 року про органічне землеробство та маркування органічних продуктів, що скасовує Регламент (ЄЕС) № 1034/2007.

– Регламент Комісії (ЄС) № 889/2008. Регламент підкреслює цілі, принципи та принципи органічного виробництва та спрямований на підвищення прозорості та довіри споживачів шляхом встановлення детальних правил імпорту органічної продукції з третіх країн.

– Регламент Комісії (ЄС) № 1235/2008. Державний органічний закон (ÖLG) реалізує ці нормативні акти та закони, видані ЄС, і охоплює конкретні адміністративні завдання, такі як системи затвердження та контролю. Зі змінами у 2009 році закон було адаптовано до нового європейського законодавства про органічне землеробство. Наступна поправка до ÖLG набула чинності 1 грудня 2013 року [31].

Країни Африки, Латинської Америки та Азії активно беруть участь у світовому ринку органічної продукції. Якщо говорити про країни Латинської Америки, то тут стрімко розвивається органічне землеробство. Площа органічного землеробства становить 8 мільйонів гектарів, що становить 1,1% від загальної сільськогосподарської площі Латинської Америки та Карибського басейну. Одинадцять відсотків світових площ органічного землеробства знаходяться в Латинській Америці та Карибському басейні. У Латинській Америці та Карибському басейні було зареєстровано майже 460 000 виробників органічної продукції [38].

Більшість органічних продуктів у Латинській Америці експортуються. До

важливих культур належать тропічні фрукти, злаки, кава і какао, цукор і м'ясо. Більшість продажів органічних продуктів харчування на внутрішньому ринку кожної країни відбувається у великих містах, таких як Буенос-Айрес, Мехіко та Сан-Паулу.

П'ятнадцять країн мають нормативні акти щодо органічного землеробства, а ще чотири знаходяться в процесі їх розробки. Основними політичними інструментами підтримки органічного виробництва є: розвиток інновацій та інформаційна підтримка, забезпечення доступу до ресурсів, забезпечення доступу до ринку та прямий ринковий нагляд [39]. Якщо говорити про країни Африки, то тут органічне землеробство розвивалося повільніше. На африканському континенті було майже 2,1 мільйона гектарів органічних сільськогосподарських угідь, що становить 0,2% від загальної сільськогосподарської площі та 3% від загальної сільськогосподарської площі.

Площа органічного сільського господарства в Азії становить майже 6,1 мільйона гектарів, що становить майже 0,4% від загальної сільськогосподарської площі регіону. 9% світових площ органічного землеробства розташовані в Азії. Країною з найбільшою площею органічних культур є Китай (3 млн га), а країною з найбільшою кількістю виробників є Індія (835 000 одиниць). В Азії 45% органічних сільськогосподарських угідь використовувалися під орні культури (2,7 млн га), 13% (809 тис. га) під постійні посіви та 18% під пасовища (1,0 млн га). У 2017 році в Азії було зареєстровано 1,1 мільйона виробників органічної їжі [42].

В Азії дані про органічний ринок для більшості країн недоступні, але можна припустити, що ринок зростає. Виходячи з наявних даних, можна припустити, що в Азії продається органічна продукція на суму щонайменше 9,6 млрд євро. Продажі Китаю склали 7,6 млрд євро, що зробило країну четвертим за величиною ринком органічних продуктів у світі. Крім того, японський внутрішній ринок органічної продукції є відносно великим і становить 1,4 млрд євро, а ринок Південної Кореї – 330 млн. євро [42]. Це зумовлено високим рівнем екологічної культури населення регіону. Тому кожна країна має свої особливості

розвитку органічного сільського господарства, які зумовлені історичними, географічними, геополітичними, науковими та економічними факторами. Тому кожен штат використовує різні методи органічного землеробства.

Висновки до розділу 1

У першій частині роботи описуються зв'язки між категоріями на основі теоретичного узагальнення поглядів вчених на пояснення природи органічного виробництва.

«Органічне виробництво» та «органічне землеробство» дозволяють підтвердити тотожність цих визначень вже на початкових етапах розвитку цього явища. Також уточнено зміст категорії «органічне вирощування». Визначається як комплексна виробнича система, заснована на реалізації принципу гармонійного взаємозв'язку людини з природою, що базується на обмеженні використання пестицидів, хімічних добрив, мінеральних добрив тощо.

Обговорюються основні принципи та стандарти органічного землеробства. Аналіз розвитку органічного землеробства дозволяє зробити висновок про відсутність єдиного правильного способу визначення періоду його створення.

Зокрема, було представлено два погляди на початок органічного землеробства. За першою версією, він був створений під час розвитку землеробства в поселеннях стародавніх цивілізацій. Другий підхід розглядає зародження органічного землеробства в умовах глобальної індустріалізації та три якісно різні етапи розвитку, які воно пройшло.

У цьому розділі розглядається питання ефективності впровадження екологічного виробництва та розмежовуються економічна ефективність, екологічна ефективність, технічна ефективність, енергоефективність і соціальна ефективність. На підставі вивчення світових показників розвитку органічного виробництва зроблено висновок, що цей процес швидко прогресує.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

2.1. Місце вітчизняної органічної продукції на світовому продовольчому ринку

Розвиток сільськогосподарської галузі є пріоритетною для української економіки. За останні 20 років дана галузь виконала потужний стрибок уперед: підвищилася не лише ефективність, а й продуктивність виробництва, збільшилися інвестиції в людський капітал та сучасні технології вирощування, виробництва та переробки продукції. Це у свою чергу позитивно відобразилося на українській сільській промисловості, зробивши галузь ще більш прибутковою та перспективною для інвесторів.

Капітальні інвестиції в сільськогосподарську галузь України за 2020 рік становили до 30 млрд. грн. (15% у загальній структурі). Спостерігається позитивна динаміка збільшення інвестицій в українське сільське господарство, що збільшилися на сьогоднішній день на 81% у порівнянні з 2014 роком [33].

Станом на кінець 2021 року рентабельність підприємств сільського, лісового та рибного господарств становила 13,5%. Це найвищий показник серед усіх видів економічної діяльності України за 2021 рік. Лише за дев'ять місяців 2021 року приріст становив майже 10%. Це більше половини валютної виручки країни та найбільша кількість робочих місць.

Такому стрімкому розвитку сільськогосподарської галузі сприяє багато факторів:

По-перше, держава підтримує малі та середні підприємства, що займаються вирощуванням та виробництвом сільськогосподарської продукції. Так, у 2021 році на розвиток агропромислового комплексу з бюджету держави було виділено 4,5 млрд. грн. На сьогодні в Україні діє 11 програм підтримки,

серед яких часткова компенсація видатків, різні субсидії та дотації, пільгові кредити тощо.

По-друге, у липні 2021 року офіційно затвердили та відкрили ринок землі, що у свою чергу робить сільськогосподарську галузь більш привабливою для нових інвесторів. Крім того, кожен громадянин України може купити в одні руки до 100 га., а починаючи з 2024 року така можливість з'явиться і у юридичних осіб із кінцевим бенефіціаром-українцем. Одна компанія зможе купити до 10 000 га.

Вкладання грошей у землю вигідно інвесторам у будь-якому випадку, адже зараз прибутковість від оренди землі становить близько 8,5% і це без податків та транзакційних витрат (у середньому 1 га коштує 40 000 грн, оренда – 3400 грн). Починаючи ж 2024 року землю під сільське господарство можна буде продати орендодавцю (агрохолдингу), який у свою чергу матиме першочергове право на викуп ділянки. До того ж, за прогнозами Мінекономіки, земля підніматиметься у ціні на 10-15% щорічно, а коли на ринок прийдуть юридичні особи – ціни можуть підскочити до \$5000-10 000 за гектар [34].

На сьогоднішні день лідерами інвестування в галузі сільського господарства України виступає вирощування зернових та олійних культур, розведення птиці та великої рогатої худоби. Але є й інші не менш перспективні напрямки сільського господарства, що зростають та розвиваються щодня.

Вирощування ягід, горіхів та бобових, харчових трав та пряних культур, органічне тваринництво та бджільництво являються не менш привабливими для інвесторів. Вони мають високу рентабельність (в середньому 50-100%) та окупаються протягом 3-5 років [31-33]. Проте найбільша додана вартість близько від 15% до 30% до рентабельності створюється у процесі глибокої переробки сільськогосподарської продукції. Наприклад, виробництво соків та екстрактів за прибутковістю надходжень від експорту продукції майже в 10 разів перевищує продаж сировинної продукції.



Рис. 2.1. Ключові країни-імпортери українських ягід

Ведення такого бізнесу, що легко масштабується за кордон позитивно відображається на розвитку економіки. Тим більше, експорт сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні зростає лише за 2020 рік його частка в загальному обсязі українського експорту склала 45% або \$22,2 млрд. А ще Україна увійшла до топ-5 експортерів ягід, збільшивши обсяг поставленої продукції на 43%. За вказаний період було експортовано 21,4 тис. т ягід, що на 43% більше за показник минулого року. Водночас було згенеровано експортну виручку в \$44 млн. Основними країнами-імпортерами українських ягід стали: Польща (53% українського експорту), Німеччина (11%) та Чехія (11%). На кожному із перерахованих ринків в 2020 році українські постачальники входять в число найбільших.

Структура імпорту ягід в даних країнах в розрізі основних країн-постачальників виглядає наступним чином:

- Польща: Україна (45%), Сербія (33%), Німеччина (6%);
- Німеччина: Сербія (42%), Польща (34%), Нідерланди (5%), Україна (2%);
- Чехія: Україна (42%), Польща (24%), Сербія (15%) [37].

Незважаючи на пандемію, підприємці отримали на закордонних ринках виборг у понад \$44 млн.

Оскільки галузь активно розвивається, споживання в обмежених ресурсах зростає, а клімат змінюється, сільське господарство гостро потребує інновацій. Тому на ринку будуть затребувані компанії, які покращують біотехнології, розробляють програмне забезпечення та впроваджують цифрові технології, виробляють робототехніку та механізують обладнання, удосконалюють логістику, досліджують нові системи землеробства, як вирощування мікробів, або ж канали дистрибуції, такі як аграрний маркетплейс, наприклад.

Цей тренд в сільському господарстві активно розвивається останні кілька років. Компанії інвестують у сферу сонячної та вітрової енергетики, будують біогазові станції, виробляють біопаливо у формі брикетів та пелетів. Така продукція досить ліквідна і постійно зростає у вартості на відміну від аналогічної продукції рослинництва та тваринництва, де є сезонні коливання цін.

Європейський Союз (ЄС) є найбільшим партнером України у міжнародній торгівлі сільськогосподарською продукцією. У той час як ЄС імпортує переважно прості необроблені сільськогосподарські товари, експорт з Європейського Союзу – це переважно оброблені харчові продукти. Дані про міжнародну торгівлю сільськогосподарською продукцією та органічною продукцією використовуються для двох спільних політик ЄС: Спільна сільськогосподарська політика (САР) та спільна торгова політика, яка керує торговельними відносинами з країнами, що не входять до ЄС. Це основні сфери політики Європейського Союзу, рішення щодо яких приймаються на рівні співтовариства [40-42].

Країни Європейського Союзу дуже розвинені і мають широкий і великий спектр органічної та сільськогосподарської продукції, яку вони виробляють та

експортують. Та є деякі види продукції, які країни ЄС повинні імпортувати. Вони мають доволі багато партнерів, які експортують для них сільськогосподарську та органічну продукцію найвищої якості.

Найбільші категорії імпорту – тропічні фрукти, горіхи і спеції, макуха, буряковий та тростинний цукор, овочі. Причому порівняно з 2019 роком імпорт тропічних фруктів збільшився на (9,2%), а імпорт макухи і цукру зменшився на (22,2% та 9,7%).

У 2020 році Сполучене Королівство (рис. 2.1.) стало найбільшим експортним пунктом ЄС (43 млрд. євро), так і найбільшим джерелом імпорту в ЄС (17 млрд. євро) сільськогосподарської продукції.

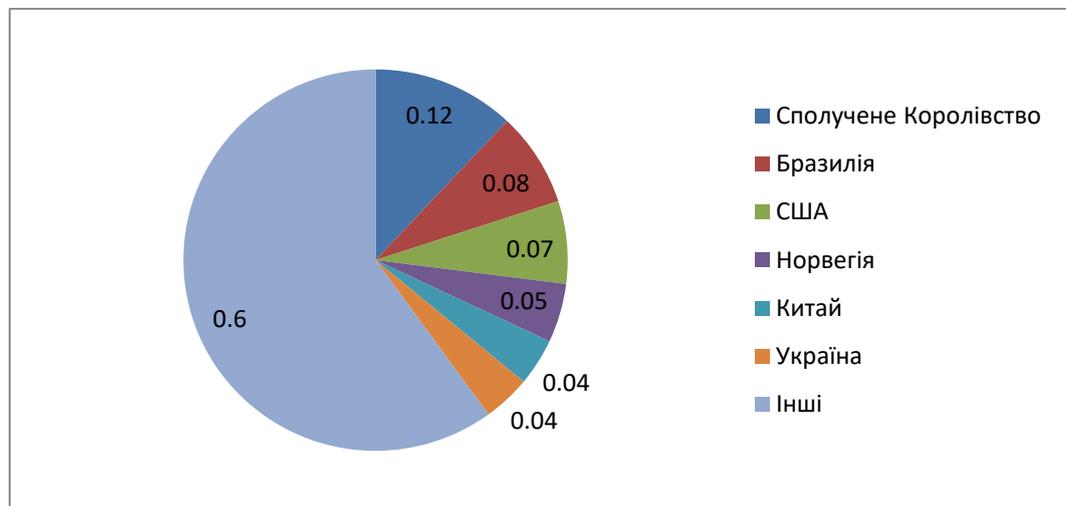


Рис. 2.1. Основні партнери – імпортери сільськогосподарської та органічної продукції до країн – членів ЄС у 2020 році [37]

Як можна побачити з діаграми, Сполучене Королівство експортує найбільшу частку сільськогосподарської продукції до країн – членів ЄС. Щодо України то основною експортною продукцією до ЄС є: пшениця, соняшник та соняшникова олія [40].

У 2020 році Сполучене Королівство було, як найбільшим експортним пунктом ЄС (43 млрд. євро), так і найбільшим джерелом імпорту в ЄС (17 млрд. євро) сільськогосподарської продукції.

Україна посіла перше місце за обсягами поставок продукції зернової та олійної групи, випередивши Китай, що можна пояснити порушенням ланцюгів

постачання та деякими перебоями в постачаннях на початку пандемії. Якщо розглядати цю групу детальніше, то Україна посідає перше місце за експортом зернових культур (без врахування пшениці та рису), хоча показник обсягів експорту впав майже вдвічі. Друге місце за обсягами постачання олійних культур (-33,7%) та сої (+67,8%). Україна посідає 6 місце в категорії постачання продуктів тваринництва – це мед та яйця. А також 7 місце в постачанні продукції продуктової групи «овочі та фрукти» разом з продуктами їх переробки.

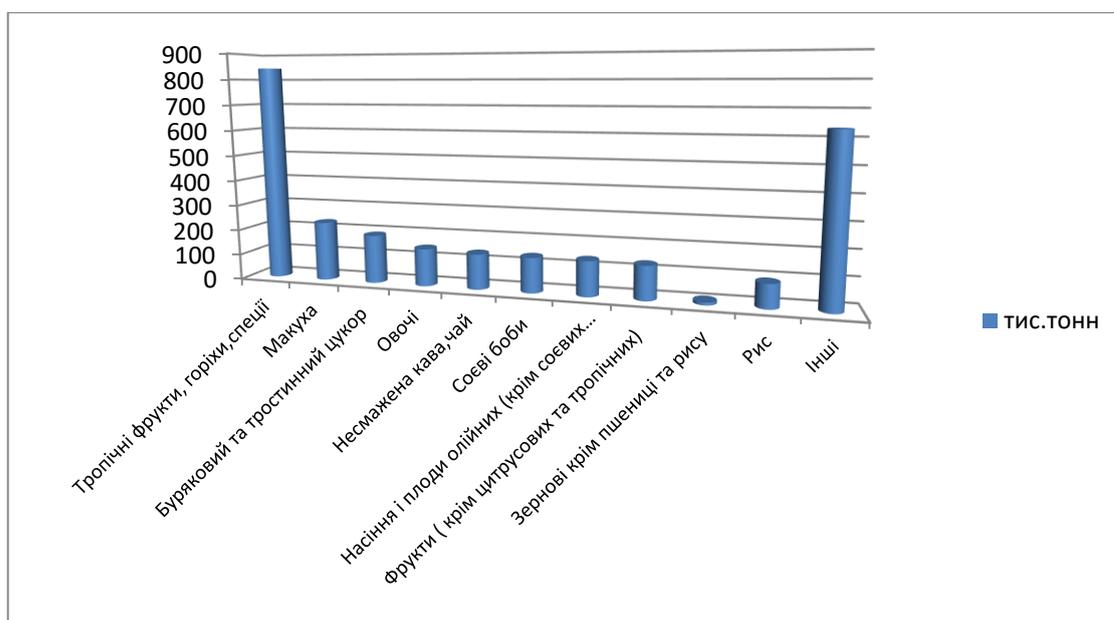


Рис.2.2. Імпорт органічної та сільськогосподарської продукції до ЄС [41]

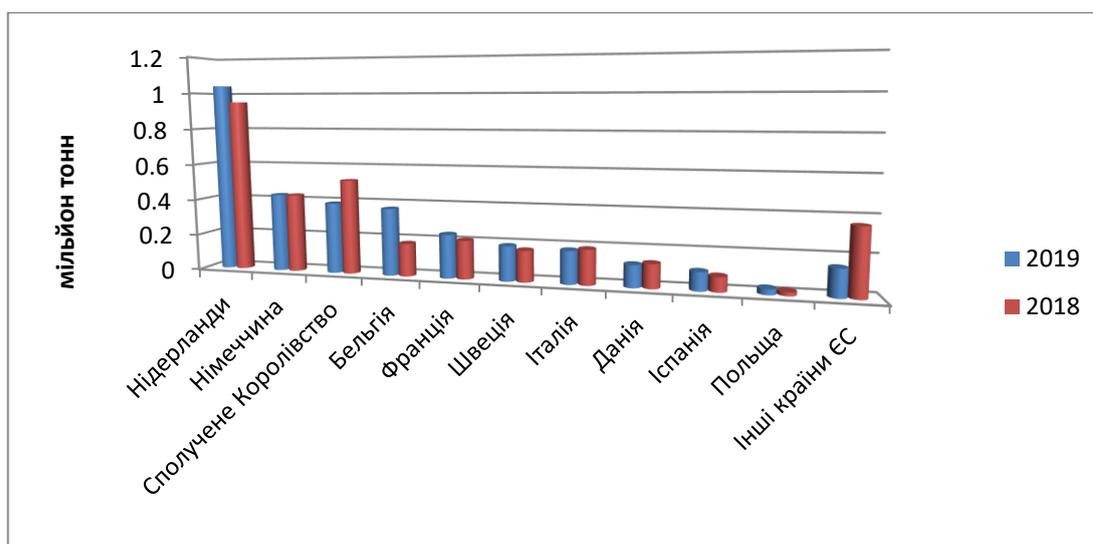


Рис. 2.3. Кількість імпортованої органічної та сільськогосподарської продукції країнами – членами ЄС у 2018 – 2019 році [37]

У 2019 році ЄС імпортувала 3.24 млн. тонн органічної сільськогосподарської продукції. Це є не значним збільшенням порівняно з 3.23 млн. тонн імпортованих у 2018 році (+0.4%). Майже основну третину імпортували Нідерланди 32% та інші країни – члени ЄС, які імпортували значну частку органічних продуктів включаючи Німеччину (13%); Велику Британію та Бельгія (11%).

Більшість органічних продуктів, імпортованих до ЄС, становили товари (включаючи зернові, рослинні олії, цукор, сухе молоко та вершкове масло), що становило 54% – загального імпорту органічної агропродовольчої продукції за обсягами. Інші первинні продукти (включаючи м'ясо, фрукти, овочі, йогурти та мед) становили 38% обсягу імпорту. Однак товари та інші первинні продукти мають нижчу вартість, ніж продукти переробки, що призводить до того, що вони становлять відповідно 38% та 43% імпорту у вартісному вираженні. Продукти переробки становили 6% імпорту за обсягом, але 11% у вартісному.

Що стосується походження продуктів, то десять країн, які експортували більшість органічних продуктів до ЄС, становили 70% імпорту за обсягом у 2019 році, з Китаєм (13%), Україною (10%), Домініканською Республікою (10%), Еквадором (9%), Перу (7%), Туреччина (7%), Індія (5%), Колумбія (3%), Казахстан (3%) і Бразилія (2%).

Імпорт з Китаю включає в основному органічну макуху, тоді як Еквадор, Домініканська Республіка та Перу в основному експортують органічні тропічні фрукти, горіхи та спеції до ЄС. Україна, Туреччина та Казахстан експортують переважно органічні зернові (включаючи пшеницю, за винятком рису). Нарешті, основним експортом Бразилії та Колумбії до ЄС є органічний цукор.

Загалом, найбільше імпортованих органічних продуктів у 2019 році були тропічні фрукти, горіхи та прянощі, що становили 27% від загального обсягу органічного імпорту (0,9 млн тонн). Банани становлять значну частину цього імпорту, що становить 85% імпорту тропічних фруктів. Наступними є макухи з 12% органічного імпорту (0,4 млн тонн), за ними зернові (крім пшениці та рису)

і цукор, які становлять 7% (0,2 млн тонн).

У порівнянні з 2018 роком найбільші зміни стосуються збільшення імпорту тропічних фруктів, горіхів та прянощів (на 13%), цукру (збільшення на 29%), овочів (+8%), несмаженої кави, чаю та мате (зростання на 11%) і соєві боби (+25%). У порівнянні з 2018 роком зернові – крім пшениці та рису – зменшилися на 8%, пшениця – на 16%, а олійні культури, крім сої, – на 17%.

Аналізуючи вищенаведені дані, можна стверджувати, що країни Європейського Союзу цінять екологічно чисту продукцію, тому з кожним роком кількість спожитої сільськогосподарської органічної продукції лише зростає. На сьогоднішній день середній показник споживання органічної продукції на душу населення серед країн ЄС дорівнює 84 євро на рік. Проте, є країни, що майже не споживають органічну продукцію: Словаччина – 1 євро, Румунія та Португалія – 2 євро, Угорщина – 3 євро на душу населення на рік.

На сьогоднішній день сільське господарство залишається найперспективнішою галуззю економіки України. З 41,5 млн. га сільськогосподарських угідь, що займають 70 % території країни, і близько 25 % світових запасів чорнозему, сільське господарство є найбільшою експортною галуззю України. У 2020 році аграрний сектор України забезпечив 9,3% Валового внутрішнього продукту.

Виробництво в першу чергу поділяється на дві групи – сільськогосподарські підприємства та домашні господарства. Перші виробляють 55 % валової продукції, що складається з 45 тис. підприємств. Другу групу складають понад 4 мільйони домогосподарств, які обробляють у середньому 1,23 га землі кожне, що виробляє майже 45 % валової продукції сільського господарства.

У сільському господарстві України домінує рослинництво, на яке припадає 73 % сільськогосподарської продукції. Кукурудза, пшениця та ячмінь є основними зерновими культурами України. Протягом п'яти років поспіль (2013-2017) Україна збирала понад 60 млн. тонн зернових та зернобобових культур щорічно. У 2018 та 2019 роках Україна продовжила нарощувати обсяги

виробництва зерна до 70 та 74 млн. тонн відповідно.

2020 рік був неспокійним для України у контексті економічної ситуації та обмежень пов'язаних із COVID-19, а також через нетипові погодні умови. У 2020 році валовий збір зерна склав 65,4 млн. тонн, що все одно втричі більше ніж потреби внутрішнього ринку. При значному покращенні врожайності, за оцінками багатьох експертів, загальний потенціал виробництва зернових в Україні становить 140 млн. тонн [40].

Олійне насіння є другим за значимістю видом продукції в українському рослинництві. Основними олійними культурами є соняшник, соя, ріпак. У середині 2000-х років, після запровадження експортних тарифів на необроблене насіння соняшнику, Україна розвинула провідну галузь соняшnikової олії та стала експортером соняшnikової олії номер один у світі [41].

В умовах скорочення загального обсягу експорту зростає частка експорту сільськогосподарської продукції. Частка сільського господарства в експортних доходах для України зросла з 26% у 2012 році до 45% у 2020 році і становила 22,2 млрд. доларів. Основою сільськогосподарського експорту як і раніше є експорт сировини, а саме продуктів рослинного походження, зокрема кукурудзи, пшениці, ріпаку, сої. Соняшnikова олія є другим за величиною експортним продуктом після кукурудзи, на нього припадає 5,8 млрд. доларів, або 7,6 % усього експорту. Виробляє також значні обсяги птиці, кормових і кормових культур, картоплі, цукрових буряків, різноманітних фруктів і овочів. Розглянувши цю діаграму можна чітко побачити, найменша частка експорту сільськогосподарської продукції припадає на 2010 рік. Найбільший показник в експорті сільськогосподарської продукції припадає на 2018 рік .

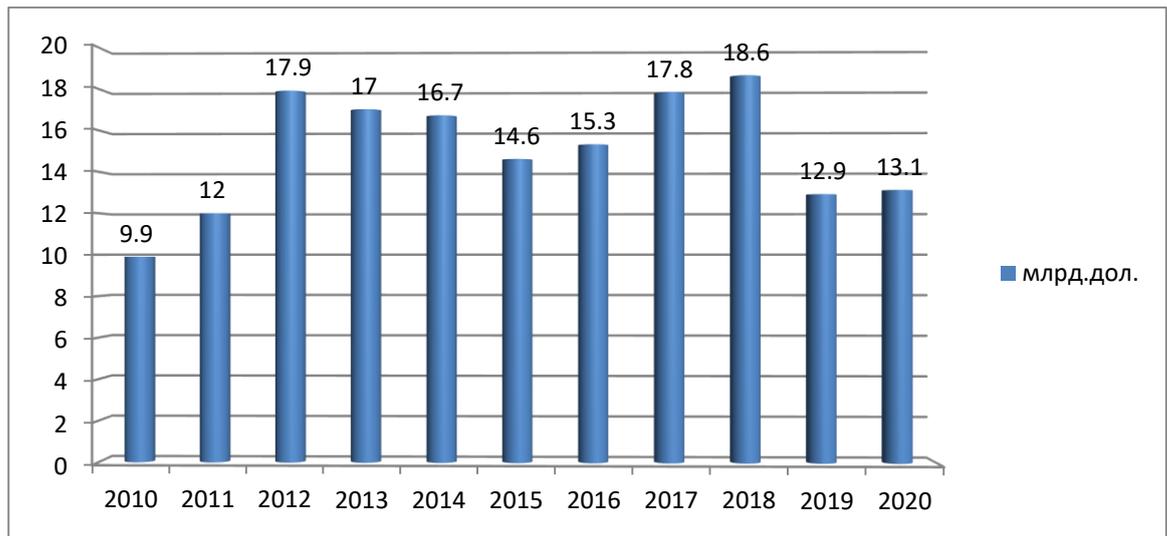


Рис. 2.4. Динаміка експорту сільськогосподарської продукції 2010-2020 рік [40]

У 2020 році у зв'язку з погіршенням епідеміологічною ситуації COVID-19 в світі експорт сільськогосподарської продукції склав лише 13.1 млрд. дол.

Основну частку сільськогосподарського експорту складають зернові культури, олійні та олійні культури, залишки, а також м'ясо та субпродукти. Разом вони склали понад 85% надходжень від експорту вітчизняної сільськогосподарської продукції на світові ринки.

Таблиця 2.1 – Найбільші імпортери сільськогосподарської продукції в 2020-2022 роках [41]

Країна	Прибуток
1. Китай	1.41 млрд.дол.
2. Єгипет	789 млн.дол.
3. Індія	743 млн.дол.
4. Нідерланди	709 млн.дол.
5. Іспанія	302 млн.дол.
6. Польща	357 млн.дол.
7. Італія	302 млн. дол.
8. Ірак	272 млн.дол.
9. Білорусь	250 млн. дол.
10. Туреччина	45 млн. дол.

Україна має доволі багато постійних імпортерів сільськогосподарської продукції. В 2020 році основним імпортером був Китай. Щодо імпортерів сільськогосподарської продукції серед країн ЄС то основними є: Нідерланди, Іспанія та Італія.

Згідно з даними Державної митної служби, з липня 2021 року по січень 2022-го Україна експортувала майже 17 млн. т пшениці [45].

На даний час Україна має великий потенціал у сільськогосподарській та органічній галузі. Сільськогосподарське виробництво приваблює все більшу кількість підприємців. Уже нині в сільському господарстві працюють майже 45 000 підприємств. З них близько 2500 – великих і середніх.

2.2. Аналіз виробництва органічної продукції та привабливість галузі для іноземних інвестицій в Україну

Органічна продукція – це альтернатива традиційної, яка є екологічно чистою продукцією, вирощеною з урахуванням технологічних вимог органічного виробництва, що підтверджено відповідним маркуванням. Їй властива вища якість, ніж у традиційної продукції, отже, логічно, що органічна продукція має бути дорожчою за традиційну.

Ціна на органічні продукти в торгових мережах країн з ринком органічної продукції, що розвивається, часто сильно завищена. Якщо у розвинених країнах націнка в середньому становить 15-30%, то в країнах, що розвиваються, може досягати 200-300%. Дані представлені у Додатку А.

Як показує міжнародний досвід, інфраструктура ринку, через яку проходить органічна продукція, включає такі канали збуту як:

1. Оптова торгівля:

- оптові ринки;
- аукціони;
- біржі;
- експорт.

2. Роздрібна торгівля:

- торгові мережі (часто із створенням спеціалізованих відділів,

полиць);

- спеціалізовані магазини;
- ринки;
- спеціалізовані ринки вихідного дня;
- прямі продажі на ринку, або безпосередньо з обійстя;
- з місць виробництва (часто поєднується з агротуризмом);
- інтернет магазини;
- поштове пересилання.

3. Держзакупівлі.

У кожній країні процес формування та розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції має свої специфічні риси. Це також відноситься і до каналів збуту.

Вивчивши канали збуту української сертифікованої органічної продукції, можна відзначити таке.

Гуртова торгівля. В Україні відсутні органічні оптові ринки, аукціони та біржі. Переробні компанії та виробники демонструють низьку частку експорту від виробленої органічної продукції. Однією з основних причин цього є їхня неучасть у найрезультативніших каналах просування, таких як міжнародні органічні ярмарки та виставки. Таких виставок, щорічно у світі проводиться кілька десятків, можна виділити три основні заходи, на яких особливо важливо брати участь:

1. Biofach, Німеччина. Світовий лідер серед виставкових заходів сектору органічного виробництва. Подія по праву вважається флагманом щодо впровадження інновацій: його програма висвітлюється близько 1200 представниками ЗМІ. Під патронажем IFOAM організаційний комітет виставки Biofach відбирає учасників відповідно до найсуворіших критеріїв, щоб гарантувати високу якість продукції. Понад 12 тисяч учасників, близько 50 тисяч відвідувачів (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Представлення української органічної продукції на виставці Biofach (Німеччина) [44]

2. Органік – Маркетинг Форум, Польща. Це провідна виставка органічних продуктів та конференція для Центральної та Східної Європи, яка відіграє роль мосту між Східною та Західною Європою. Виробники, переробники, трейдери, роздрібні торговці, консультанти та експерти збираються разом, щоб знайти торгових партнерів для збуту своїх органічних продуктів, а також обговорити нові стратегії та тенденції на ринку органічних продуктів.

3. Natural Products Expo Asia, Гонконг.

В Україні сертифікована органічна продукція, яка була експортована, реалізуються на ринку як традиційна. Виробники пояснюють це тим, що покупці слабо поінформовані про те, що є органічні продукти корисніші і їхня вартість повинна бути вищою і тому не бачать сенсу спеціально її виділяти, аби не знизити продажі, також причиною є недостатня розвиненість переробних компаній для кінцевого продукту для споживача. Складається тенденція до неспроможності виробників успішно реалізовувати свої маркетингові стратегії.

Роздрібна торгівля. В Україні налічується близько 20 магазинів органічної продукції, які реалізують продукти харчування, косметику, біодобавки, побутові засоби для догляду за будинком.

У торгових мережах, можна також зустріти спеціалізовані полиці органічних продуктів, вони практично не виділяються. Продукти дитячого харчування реалізуються через аптеки міста.

Спеціалізовані магазини. У деяких містах України, наприклад: Полтава та Київ, починаючи з 2015 року, створюються спеціалізовані магазини, які реалізують органічну продукцію. В основному ці магазини розраховані на клієнтів преміум-класу і відрізняються високою ціною. Продукція, представлена на полицях цих магазинів, позиціонується як корисна для здоров'я. Якщо спочатку до асортименту входили екзотичні фрукти та ягоди, продукти яких не зустрічаються у звичайних торгових мережах, то зараз асортимент розширюється фермерською продукцією, яку вони відбирають за результатами лабораторних досліджень.

Інтернет-продажі. Практично всі продавці імпортованої продукції мають інтернет-магазини та здійснюють доставку продуктів. У даний час Інтернет-магазини – це найбільш поширений канал збуту органічної продукції. Головною перевагою цього каналу реалізації є наявність між покупцем та продавцем лише одного посередника, який бере на себе всі функції з оперативної доставки товару покупцю.

Прямі продажі на ринку, безпосередньо з подвір'я чи з місць виробництва. У цьому випадку для споживача важлива не так наявність сертифікату якості, як особиста довіра. Найчастіше за певним виробником-продавцем закріплюється постійна клієнтська база, яка має можливість особисто оглянути умови вирощування культур та утримання тварин та переконатися у нешкідливості для здоров'я продукції, що купується. Цей канал збуту є найбільш поширеним серед не сертифікованих виробників.

Державні закупівлі. В Україні держава не виділяє органічних виробників за державних закупівель. Цей канал збуту доступний на загальних умовах.

Споживчий попит на органічну продукцію в Україні. Про актуальність даного бізнесу в Україні говорить розвиток торгівлі органічними продуктами через Інтернет, поява спеціалізованих магазинів, а також опитування населення.

Органічний ринок України не стоїть на місці та стрімко розвивається щороку (рис. 2.6). Завдяки розмірам країни, географічному положенні, близькості до потенційних міжнародних покупців та доволі гарним і родючим чорноземам Україна має сприятливі умови для органічного господарства.

Україна демонструє стійку позитивну динаміку зростання площ сільгоспугідь, на яких ведеться сертифіковане органічне виробництво протягом останніх років, крім того спостерігається стабільне зростання як кількості операторів органічного ринку, так і рівня споживання органічної продукції в Україні (рис. 2.6.), чому сприяє тенденція активного наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією за рахунок налагодження переробки органічної сировини.

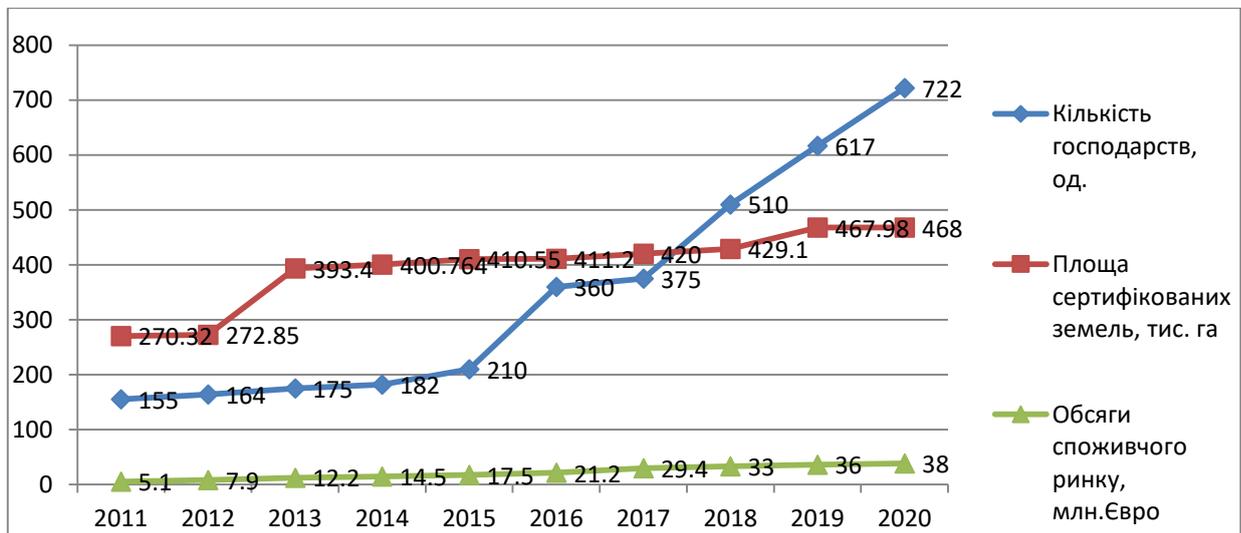


Рис 2.6. Динаміка змін органічного ринку в Україні [Додаток Б]

Найбільш поширеними органічними продуктами на вітчизняному ринку на сьогодні є крупи, борошно, молочні та м'ясні продукти, соки, мед, олії, чаї, лікарські трави.

Таким чином, результати аналізу показують, що ринок органічної продукції в Україні на сьогоднішній день у цілому сформовано, але обсяги її продажів на внутрішньому ринку значно менші, ніж експорту за кордон. Лише за 2020 рік Україною було експортовано органічної продукції на 204 млн. долл. США.

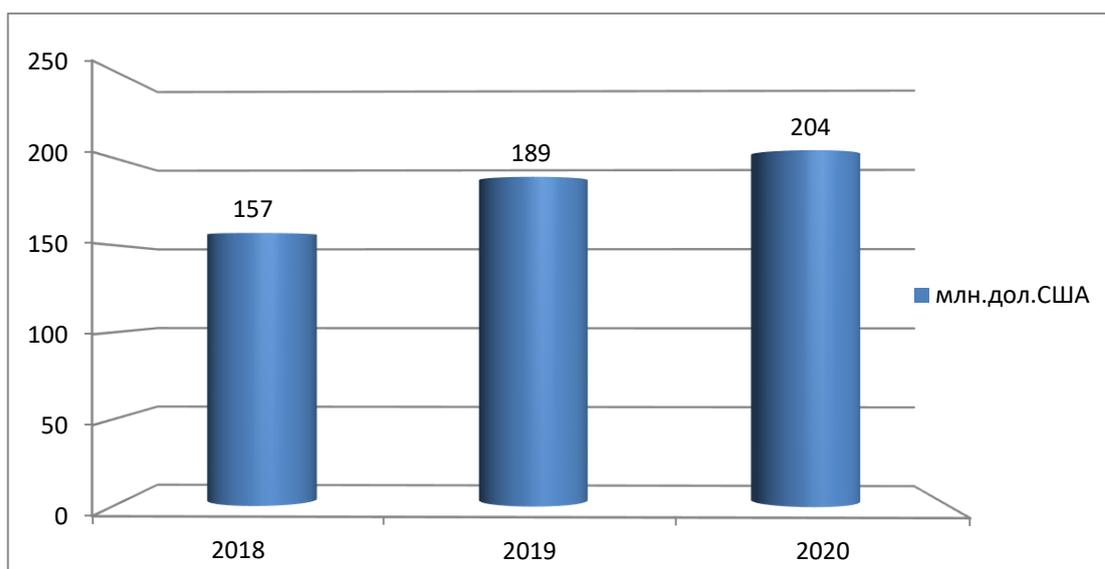


Рис.2.7. Динаміка експорту органічної продукції в Україні
2018-2020 рік [50]

Щодо лідируючих експортних продуктів то ними є: зернові, олійні, мед, яйця, овочі та фрукти. Також експортується макуха соняшникова, борошно, олія, яблучний концентрат та березовий сік.

Основними і найбільшими країнами – споживачами вітчизняної органічної продукції являються Нідерланди, США, Німеччина, Австрія, Велика Британія, Польща, Канада, Італія, Швейцарія.

Таблиця 2. 2 – Країни-імпортери української органічної продукції в ЄС [50,51]

Країна	Обсяг(тонн)	Вартість (млн.дол.США)
Нідерланди	97 400	29,5
Німеччина	41 600	27
Литва	21 500	5,8
Австрія	18 600	15,8
Польща	15 300	19,6
Італія	6 900	4
Румунія	4 800	2,9
Чеська Республіка	3 500	3
Іспанія	3 500	1,3
Бельгія	2 600	1,3

Українські виробники органічної продукції мають зв'язки з Австралією та з деякими азійськими країнами такими як: В'єтнам, Китай, Японія та Індія. Також було зроблено перші поставки органічної продукції до Корейської Республіки.

Проте Україна стикається з внутрішніми проблемами корупції та формування її репутації на міжнародному рівні ланцюги поставок. Неодноразові махінації з органічним зерном товарного бізнесу істотно завдали шкоди іміджу органічного сектору країни і стривожений багато імпортерів ЄС. Для того, щоб підтримувати надійність ланцюгів поставок, українські виробники повинні забезпечити повну простежуваність їх продукції – від поля до торгівлі.

Отже, провівши аналіз можна сказати, що Україна є одним з основних експортерів сільськогосподарської та органічної продукції до країн Європейського Союзу. Також Україна є великим конкурентом для інших країн в сфері експорту органічної продукції в світі, але головне те, що з кожним роком в Україні з'являється все більше нових партнерів в ЄС та в світі.

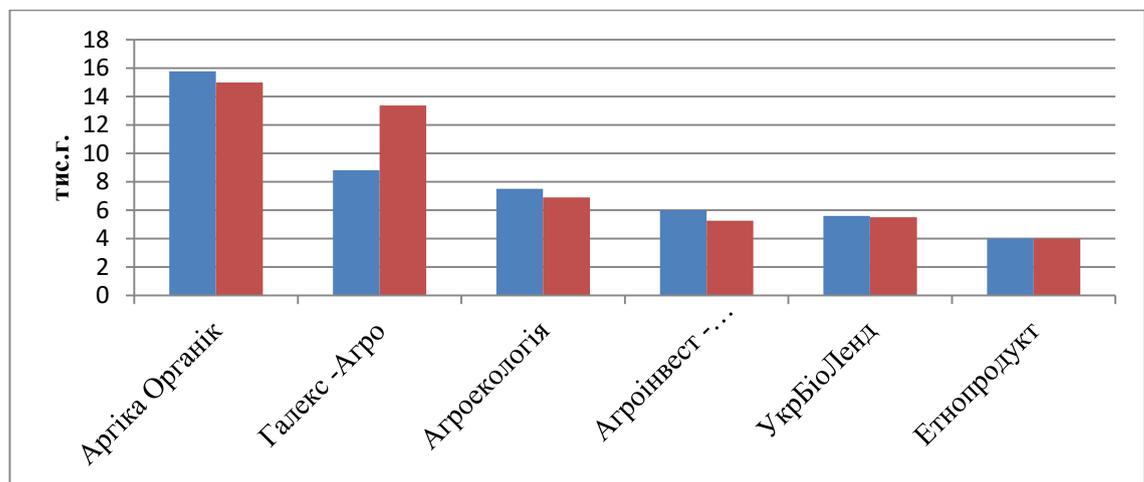


Рис. 2.8. Обсяг земельної площі відведених для органічної продукції за 2020/2022рік серед найбільших українських виробників

Щодо виробників і експортерів органічної продукції, в Україні компанією №1 «Arnika organic». Компанія знаходиться в Полтавській області та має 8 органічних виробництв, які здійснюються на підприємствах Групи Арніка: Граніт-Агро; Агро – Сула; Лан Агро; Новомосковськ – Агро; Агрофірма Мічуріна; Мілан Агро; Світанок -1; Агрофірма ім. Т.Г. Шевченках [28].

Країни – лідери, які імпортують продукцію «Arnika organic» є: Литва, Польща, Данія, Норвегія, Великобританія, Франція, Швейцарія, Австрія, Італія, Ізраїль, Японія, Канада та США. Торгові компанії знаходяться в Україні (Арніка Органік), в США (Arnika Organic North America Inc) та в Швейцарії (Arnika

Organic Europe AG). Компанія спеціалізується на вирощуванні такої органічної продукції: кукурудза, високо олеїновий соняшник, нут, льон, соя, просо, сочевиця та технічні коноплі [27].

Також до основних лідерів компаній – виробників та експортерів органічної продукції відноситься «GALEKS – AGRO». Основний напрямок виробництва компанії, є: органічна сертифікована продукція рослинництва і тваринництва [29].

Продукція «GALEKS – AGRO» успішно експортується до Швейцарії, Німеччини, Угорщини, Нідерландів, Італії та Великобританії.

З 2011 року по 2013 рік продукція рослинництва компанії сертифікувалася Інститутом екологічного маркетингу (IMO), Швейцарія. Діяльність підприємства знаходилася під контролем міжнародного сертифікаційного органу, а з 2014 року вся продукція «GALEKS – AGRO» сертифікована Органік Стандарт, схвалена як органічна та відповідає вимогам стандарту Біо Свіс та Біоланд (Швейцарія).

Компанія «GALEKS – AGRO» має 81 позицію сертифікованої органічної продукції, що доволі багато, порівняно з іншими виробниками. Основними органічними культурами на експорт є: озима пшениця, овес, просо, жито, ячмінь, гречка, кукурудза.

Ще одним виробником органічної продукції є ТОВ «Фірма Діамант ЛТД» – з 2013 року – єдиний виробник органічних пластифікаторів в Україні. Продукція виробляється під торговою маркою «Козуб Продукт-органік» відома далеко за межами України [28].

Органічна продукція «Козуб Продукт-органік» налічує приблизно 15 видів органічної продукції. Для виробництва продукції використовується лише зерно вирощене на чорноземах Полтавської області, що проходить відповідну перевірку та органічну сертифікацію. Вся органічна продукція відповідає вимогам міжнародних систем контролю якості, що підтверджено відповідним сертифікатом виробництва. Що річно підприємство представляє нашу країну на найбільшій і популярній виставці органічної продукції в світі – BIOFACH [44].

«Козуб Продукт» доволі тісно співпрацює з компанією «GALEKS – AGRO» про яку вже говорилося раніше. В якій компанія закуповує сировину для виготовлення власної органічної продукції [29].

Таким чином вітчизняні виробники органічної продукції готові скласти конкуренцію іншим виробникам при експорті продукції до країн Європейського Союзу.

Іноземні інвестиції мають дуже великий вплив на органічне та сільськогосподарське виробництво України. Для того, щоб детальніше проаналізувати дані сектори, ми пропонуємо розглянути вплив іноземних інвестицій на розвиток органічного та сільськогосподарського ринку України.



Рис. 2.9. Кількість сертифікованих органічних господарств в Україні станом на 31.12.2022 року

Завдяки іноземним інвестиційним проектам в Україні з кожним роком стає все більше і більше виробників органічної продукції. В 2015 році було зареєстровано 210 органічних господарств, а в 2018 нараховується вже 510

органічних господарств, станом на 2021 рік їх кількість збільшилася до 617 органічних операторів (Додаток Б). На сьогоднішній же день в Україні війна і даний ринок як і всі інші зазнав значних втрат, що відбилося в першу чергу на обробітку земель та виробничих потужностях, саме тому зміни ви можете спостерігати на рисунку 2.9.

Крім просування експорту, ефективною реакцією на очікуваний економічний спад може стати стимулювання розвитку переробки та вдосконалення нормативної бази з метою усунення зайвих регуляторних вимог. Розвиток переробних виробництв сприятиме імпортозаміщенню органічної продукції з третіх країн та дозволить стимулювати внутрішній попит в Україні на органічну сільськогосподарську сировину, збільшить маржинальність експорту та дозволить вибудувати регіональні продовольчі ланцюжки.

У частині усунення надмірних вимог певне занепокоєння викликає відсутність визнання міжнародних сертифікатів у нашій країні. З одного боку, така міра дозволяє ускладнити імпорт органічної продукції з третіх країн, а з іншого – є перешкодою для постачання на український ринок продукції, виробленої в державах ближнього зарубіжжя та сертифікованою за міжнародними чи національними стандартами. Крім того, такий захід створює певні проблеми для вітчизняних виробників, що здійснюють поставки органічної продукції і зовнішній, і внутрішній ринки.

Для них виходом із ситуації, що склалася може стати повна компенсація державою витрат за сертифікацію за національними стандартами. Виробникам же із країн-партнерів, як і виробникам із третіх країн, для постачання продукції на український ринок необхідно отримати в акредитованих українських органах сертифікат відповідності стандартам «органік». Цей захід регулювання українського ринку цілком можна розглядати як обмеження обігу органічної продукції. При цьому варто зазначити, що інші країни не визнають національні сертифікати своїх партнерів, але забезпечили визнання міжнародних сертифікатів, таких як сертифікат Європейського Союзу. В цілому причина зайвих трансакційних витрат обігу виробленої за національними стандартами

органічної продукції на загальному ринку – відсутність координації та узгодженості дій сторін розробки національного законодавства у сфері органічного виробництва.

Окрім уніфікації відповідного законодавства, основу взаємного визнання національних систем із сертифікації органічної продукції складає вибудовування системи її обліку та відстеження. Забезпечення відстеження сприятиме також боротьбі з фальсифікованою продукцією, підвищенню довіри споживачів до національних систем сертифікації, просування та зміцнення позицій українського експорту на зарубіжних ринках. Це серйозний виклик, який стоїть перед державою.

Важливим обмеженням розвитку органічного виробництва є високі витрати на логістику органічної продукції, збут якої зосереджений у великих містах. Віддалені регіони, де можна розвивати виробництво органічної продукції, малопривабливі для інвесторів внаслідок слабкої інфраструктури, у тому числі транспортної та логістичної.

Серед суттєвих фінансових обмежень варто відзначити труднощі щодо отримання кредитів виробниками органічної продукції. Через високі ризики інвестування та слабку забезпеченість позичальників – малих сільгоспідприємств, банки неохоче йдуть на кредитування.

Більшість ритейлерів, що працюють у країнах виробників органічної продукції, відмовляється мати справу з дрібними фермерами у зв'язку з малими обсягами та нерегулярністю поставок органічної продукції. За відсутності довіри та спеціальних каналів реалізації органіки споживачі вважають, що тільки на продовольчому ринку можна купити більш «чисту» та якісну продукцію.

У багатьох країнах зберігається традиція самозабезпечення сільськогосподарською продукцією, що вирощується у господарствах населення, що не стимулює розвиток попиту на органічне продовольство, сприяє укоріненню стереотипу, що «домашні сільські продукти» і є органічні. Пропаганда такої традиції підтримується, зокрема, при просуванні гастрономічного туризму серед туристів-індивідуалів.

Крім економічних, фінансових, правових, технологічних, маркетингових та інституційних обмежень, існують виклики ментального характеру у виробників органічної продукції. Вони обумовлені необхідністю суттєвої зміни технології, структури сільського виробництва, еколого-ландшафтного облаштування земельних угідь, системи управління та фінансів при переході на виробництво органічної продукції. Це породжує у сільгоспвиробників певне відторгнення нової виробничої системи, викликане страхом перед змінами та неготовністю до ризиків.

Зазначені виклики та обмеження свідчать про доцільність серйозного переосмислення прийнятих у країні заходів та дій щодо розвитку виробництва органічної продукції.

Враховуючи, що зазначені питання торкаються всіх держав-членів, їх вирішення пов'язане з необхідністю посилення інтеграційної взаємодії з метою безперешкодного обігу органічної продукції на загальному аграрному ринку, забезпечення справедливої конкуренції, створення умов для сталого та інклюзивного розвитку органічного виробництва у країні.

Уряд нашої країни вже підтримав напрям державної підтримки органічного виробництва, наступний крок – це прийняття Порядку використання коштів, щоб підтримка запрацювала повністю вже цього року. Важливо дати сигнал інвесторам, що підтримка органічної галузі – це середньострокова перспектива та інвестувати до 2025 року, тобто виробники спокійно можуть планувати та інвестувати у розвиток цього бізнесу.

Одним з основних інвесторів в сільськогосподарський та органічний ринок України є Швейцарія. Швейцарсько-українська програма «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України» фінансується Державним секретаріатом Швейцарії з економічних питань (SECO), із залученням приватного сектору України. Програма впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) у партнерстві із SAFOSO AG (Швейцарія). Програма розпочала свою діяльність у серпні 2019 року та діяла червня 2023 року [64].

Ще один проект, який також слід розглянути стосується Німецько – української співпраці в галузі органічного сільського господарства . Ця програма реалізується з 2016 року: перша чотирирічна фаза проекту тривала до серпня 2020 року, друга фаза розпочалася з 1 вересня 2020 року [63].

Також в Україні діє проект «Надання консультацій Україні з питань аграрної торгівлі – в рамках Угоди про поглиблену та всеосяжну зони вільної торгівлі між ЄС та Україною. Метою проекту є надання підтримки українським сільськогосподарським товаровиробникам у пошуку європейських ринків збуту, входження, закріплення та розширення діяльності на них, а також підготовка цих компаній до відкриття власних ринків. Крім того, проект має на меті інформувати німецькі компанії про питання аграрної торгівлі з Україною.

Таблиця 2.3 – Основні іноземні інвестиційні проекти для розвитку органічного та сільськогосподарського ринку України

Назва проекту /податку іноземних інвестицій	Донор	Період реалізації інвестицій
1.Швейцарсько – українська програма «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України»	Уряд Швейцарської Конференції	Серпень 2019 - червень 2023 р.
2. Німецько – український проект співробітництва «Німецько – українська співпраця в галузі органічного сільського господарства»	Федеральне міністерство продовольства та сільського господарства Німеччини	Перша чотирирічна фаза : з 2016 року до серпня 2020 року
3. Сполучені Штати Америки проект «Кредитні ресурси для сільськогосподарських виробників» USAID	WOCCO « World Council of Credit Unions»	25 серпня 2016 р. - 31 березня 2023 р.
4. Німецько – український проект співробітництва «Консультування України в питаннях аграрної торгівлі – в рамках Повної та Всеохоплюючої Угоди про вільну торгівлю між ЄС та Україною»	Федеральне міністерство продовольства та сільського господарства Німеччини	2016-2021 рр.
5.Український проект бізнес – розвитку плодоовочівництва	Міністерство міжнародних справ Канади та спів фінансування Менонітської Асоціації Економічного Розвитку (MEDA)	2014-2021 рр.
6. Проект технічної допомоги ЄС «Підтримка реалізації агропродовольчої політики в Україні»	Європейський Союз	2016-2020 рр.

7. Українські дипломати проводять постійну роботу з виставковими операторами щодо можливості преференційної участі українських виробників на міжнародних заходах, різних промоакціях у торговельних мережах іноземних країн, а також розширення асортименту української продукції за кордоном.	2023 році організували 9 делегацій, це і Греція, і Польща, Туреччина, Франція; організували близько 30 виставок в Європі, Азії та Африці.	2022-2023 рр.
--	---	---------------

Таким чином іноземні інвестиції відіграють значну роль у розвитку аграрного та органічного сектору України. Завдяки чіткому механізму здійснення інвестування сільськогосподарська та органічна галузі мають можливості стати на шлях сталого розвитку, що зумовлює можливість впровадження в галузь інновацій. Що також у свою чергу забезпечує безпосередній процес оновлення технічної, технологічної та організаційної бази сільськогосподарського та органічного виробництва, а особливо сприяє збільшенню споживання екологічно чистої продукції серед населення.

2.3. Стан органічного виробництва в Україні під час війни

Органічний бізнес в Україні займає особливу нішу. Попри війну, за обсягами постачання органічної продукції до ЄС за 2022 рік, Україна посіла третє місце, поступившись Еквадору та Домініканській Республіці. Про це повідомляє Економічна правда, пише agronews.ua.

Загалом з України до ЄС було експортовано понад 219 тис. т. продукції, що на 15,8% більше за показники 2021 року. За обсягами органічного експорту фруктів, свіжих або сушених, крім цитрусових і тропічних, за країнами-експортерами, у 2022 році Україна посіла 2 місце після Туреччини.

За обсягами органічного експорту олійних культур, крім соєвих бобів, ми лідери в Європі – минулого року експорт збільшився на 22,5%.

Такі результати стали можливими завдяки самовідданій роботі органічних виробників, їх бажанню зберегти бізнес у воєнний час. На жаль, частина органічних виробників змушені були закрити своє виробництво, але ті, що

встояли, шукали нові можливості для стабілізації, для експорту, долали логістичні перепони та максимально підтримували ЗСУ.

За результатами моніторингу, в Україні 412 компаній, сертифікованих відповідно до стандарту, еквівалентного Регламенту Ради (ЄС) 834/2007 (певні оператори також сертифіковані за іншими стандартами органічного виробництва, зокрема NOP, COR, Bio Suisse, Naturland, KRAV). 78% із них після початку війни продовжили діяльність.

З 20 міжнародних акредитованих органів сертифікації, включених до офіційного Переліку, затвердженого Комісією ЄС (Регламент (ЄС) №1235/20081 від 08.12.2008), станом на кінець 2022 року активно в Україні працюють лише 7 органів сертифікації: Органік Стандарт (Україна), SIA STC (Латвія), Control Union (Нідерланди), Bio-inspecta (Швейцарія), Ceres (Німеччина), Suolo e Salute (Італія), DQS (Польща).

Задіяні площі під органічне виробництво в Україні становлять 1%. В країнах ЄС органічні площі значно більші та становлять від 3 до 19%.

Наша мета – досягти принаймні 3% органічних земель в Україні до 2030 року. Для цього потрібна добре скоординована стратегія та інвестиції у виробництво, налагодженні шляхи експорту, міжнародні партнери.

Сьогодні агровиробництво – основний сектор наповнення бюджету України. І хоча експорт – це відповідальність Мінекономіки, важливим є адвокація українських органічних виробників у світі.

Міністерство закордонних справ України у співпраці з ГС “Органічна Україна” та МП “Nazovni” провели першу онлайн зустріч з дипломатами економічних відділів посольств України за кордоном та з вітчизняними виробниками органічної продукції, що є досить важливим кроком у нашій співпраці, оскільки взаємодія саме з дипломатичним корпусом зараз є важливою з огляду на потребу комунікаційної, іміджевої підтримки органічного сектору, адже ми розширюємо експортну діяльність у складний воєнний час.

МЗС сприяє розширенню експортних можливостей та географії збуту української органічної продукції. У відомстві створили міжнародну

комунікаційну платформу NAZOVNI у грудні 2021 року для покращення комунікації українських виробників на міжнародних ринках та пришвидшення пошуку партнерів для українських експортерів, що є цінним для всіх експортерів.

Вітчизняні виробники можуть зареєструватися на платформі, де в «кабінеті експортера» створюють заявки, вибравши відповідні країни, які їх цікавлять. Починаючи з травня 2022 року до платформи були підключені всі посольства та генеральні консульства України, що дозволило активне її використання експортерами задля відновлення активності на іноземних ринках, зокрема, участь у виставках, промоакція та рітейл-кампаніях в провідних торговельних мережах за кордоном, а також інших презентаційних заходів B2B та B2G.

В рамках проєкту Nazovni держава допомагає українським виробникам у надскладному процесі виходу на міжнародні ринки та розвитку експортної діяльності.

Закордонні дипломатичні установи України ведуть посилену роботу у просуванні вітчизняного бізнесу за кордоном. Попри війну, Україна продовжує бути повноцінним учасником різноманітних заходів у багатьох сферах. Звернення зацікавлених в експорті органічних виробників допоможуть українським дипломатам спрямувати зусилля на ті напрямки, в яких задовольняються інтереси українських експортерів.

Економічні дипломати надають необхідну підтримку у пошуку контрагентів за кордоном, команда платформи тримає руку на пульсі та відстежує, щоб кожна ваша заявка була опрацьована, надає рекомендації з вибору ринку та підготовки до експортної діяльності.

Вже багато зроблено – у 2023 році організовано 9 делокацій, це і Греція, і Польща, Туреччина, Франція; організували близько 30 виставок в Європі, Азії та Африці. Українські дипломати проводять постійну роботу з виставковими операторами щодо можливості преференційної участі українських виробників на міжнародних заходах, різних промоакціях у торговельних мережах іноземних країн, а також розширення асортименту української продукції за кордоном.

На платформі Nazovni український експортер може зробити заявку, вибравши відповідну країну. До платформи підключені 80 наших посольств та 18 генеральних консульств.

Відповідно вибравши країну можна зазначити, яку продукцію ви представляєте. Все це безкоштовно та оперативно швидко. Після заповнення цієї заявки менеджери NAZOVNI комунікують з експортерами, дізнаються детальну інформацію про досвід роботи на іноземному ринку, надають консультації.

Пропонують кращі варіанти вибору ринку. Після чого дипломати беруть в роботу заявку, комунікують з експортерами, допомагають встановити прямі контакти з потенційними партнерами, підказують як правильно виходити на ринок, надають інформацію про митну політику країни.

Платформа діє не тільки в плані практичної участі, а певна консультативна, дорадча допомога наших дипломатів експортерам.

Висновки до розділу 2

Дослідження внутрішнього ринку органічної продукції виявило численні перешкоди для його створення. Зокрема, встановлено нестабільність тенденції зростання загальної площі сільськогосподарських угідь, зайнятих органічними угіддями, та їх загальної площі.

Дослідження показує, що існує досить тісний, прямий зв'язок між реальним валовим національним доходом на душу населення та споживанням органічної продукції українцями. Останні значною мірою залежать від доходів населення, а реальні показники за останні роки то зростали, то знижувалися, а обсяги закупівель органічної продукції на внутрішньому ринку зростали не швидко. Це свідчить про те, що розвиток виробництва екологічно чистої продукції багато в чому залежить від економічної та політичної ситуації в країні. Оцінка сучасної ситуації органічного ринку в Україні дозволяє визначити його основні риси, на які слід звернути особливу увагу при розробці маркетингових стратегій збуту органічної продукції, тобто визначити основні відмінності між

органічним ринком та аграрним ринком. ринку. Існують відмінності між цими сферами: інституційна підтримка, яка є результатом конкретних обставин кожної сфери, характеристик бізнес-одиниць і характеристик продуктів. Враховуючи вищезазначені відмінності, було сформульовано чотири стратегії збуту екологічної продукції на основі основних каналів збуту: стратегія виходу на зовнішній ринок, стратегія непрямих продажів, стратегія спільних продажів і стратегія прямих продажів. Кожна з перерахованих вище стратегій характеризується певним способом просування товару та ознайомлення його з ним споживачів.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

В УКРАЇНІ

3.1. Ринкові умови для українських органічних виробників під час війни

Як зазначають експортери органічної продукції, ринкові умови зараз надскладні, це пов'язано як із загальним падінням ринку органічної продукції, так і з певними упередженнями іноземних імпортерів щодо продукції з України.

Логістика воєнного часу є фактором ризику, тому виникають питання щодо можливості та своєчасності виконання контрактів.

Деякі з ринків, як і у довоєнний час, залишаються упередженими чи взагалі закритими для українського експортера. Це може бути пов'язано із їх специфікою, як то вимога до регіональної складової. Саме тому на таких ринках, зокрема Великобританія, країни Скандинавії, з українськими компаніями працюють трейдери чи посередницькі фірми.

Ми, як виробники та експортери, докладасмо максимум зусиль, щоб вибудувати сталий ланцюг постачання безпосередньо з імпортером-виробником, і дуже хотіли б бути почутими та сприйнятими так само.

Ринок органічної продукції Великобританії є одним з найбільш привабливих у Європі, це великі об'єми, — понад 3 млрд фунтів на рік.

Реалізація через ритейл та інші дрібні мережі є також привабливим напрямком. Як зазначає Перший секретар з економічних питань Посольства України у Великій Британії Валентин Максимчук, органічна продукція тут часто наштовхується на посередництво трейдерів через кілька аспектів.

Перший момент – змістовно-організаційний. По-перше, це традиції. Британці вважають свій ринок чимось дуже супер особливим. Недарма кажуть: якщо ви зайшли на британський ритейл, то в європейський ви зайдете значно легше.

Трейдери – для Британії це гарантія страхування відповідальності, тому що українські експортери, ми це бачимо, не готові відповідати вимогам. Починаючи

від вимог до пакування, перевезення і т.д. Коли наші експортери чують про 5 видів страхування, вони не розуміють, що можна застрахувати.

Другий момент. В контексті органіки ще є такий цікавий момент як екологічність. Просуваючи органічний мед, виробники зіткнулися з такою позицією: у вас там забруднена територія, як ви виробляєте органічний мед? Вони не розрізняють мед з Луганщини чи з Закарпаття. Для них – це мед з України. А у нас війна, території вважаються забрудненими.

Третій момент. Це точка входу – асоціації. Традиція британської зовнішньоекономічної діяльності каже про те, що асоціація – це ключовий партнер. Якщо ви входите до асоціації, значить вас взяли в компанію певних виробників, імпортерів чи експортерів і ви вже маєте якийсь авторитет. Ваша відомість в країні походження має значення для Британії.

Тому, саме для Великобританії важливими перспективними напрямками є:

1. Контакт з галузевими Асоціаціями.
2. Більша медійна присутність в профільних виданнях, які висвітлюють діяльність органічних британських та іноземних компаній.
3. Участь у міжнародних заходах.

Британський ринок традиційно складний для нашого експортера і це стосується не лише виробників органічної продукції, а й для всіх інших.

Експорт до країн ЄС зростає, як і двостороння торгівля. Наприклад, в Італії Україна посідає в імпорті 7 місце, тобто входить в топ -10 країн. Треба розрізнити два ринки: споживацький, який представлений реалізацією в супермаркетах, ринках, та органічна продукція, яка направляється на реалізацію, як сировина до виробничих процесів інших виробництв.

Наприклад в Італії набагато більші за обсягами перспективи – саме імпорт української органічної продукції до виробничих ланцюгів, – зазначає Олександр Капустін, радник з економічних питань Посольства України в Італії. Ми

представлені в секторі експорту соєвих бобів, органічних зернових, технічних культур, фруктів, ягід.

Ринок Німеччини є основним для українського виробника і перспективним. Німці намагаються харчуватися здорово, органічна продукція користується попитом. Щодо Франції, як зазначає другий секретар з економічних питань Посольства України у Франції Катерина Чала, ринок дуже складний та закритий. Французи виробляють багато і задовольняють свій попит. 80% продукції у супермаркетах – саме французька продукція.

Для органічних виробників французький ринок насправді дуже перспективний, оскільки тенденція ведення здорового способу життя та здорове харчування стають все більш популярними

Ринок органічної продукції в Нідерландах достатньо стабільний. В Посольстві відзначають, що ринок наразі не проявляє інтересу до української продукції, особливо зараз під час війни. Виникають питання логістики, можливості оплати, обсягів товару.

Також звертають увагу на те, що є багато правил торговельних мереж, дозвільних документів, з якими ще не зустрічалися українські експортери.

Європейці зазвичай підтримують свого національного виробника. Тому вони як правило надають перевагу своїм виробам та продукції. Проте потенціал цього ринку є великим.

Українські дипломати пропонують українським виробникам наступні шляхи реалізації органічної продукції в ЄС:

- сезонні ярмарки, які є дуже популярними. Напрямку – від органічного фермера до покупця,
- через спеціалізовані мережі органічної продукції, інтернет-магазини,
- реалізація через супермаркети.

Також щорічно проходять великі ярмарки, зокрема Міжнародна виставка органічних продуктів “BIOFACH” в Нюрнберзі, де Україна має великий успіх.

Дистриб'ютори не часто працюють з виробниками напряму, лише через трейдерів. Бо не мають мати справу з нестабільністю цін, документацією та іншими вимогами щодо імпорту.

Посольства закликають виробників звертатись через платформу для налагодження контактів.

Аналізуючи ринок органічної продукції в країнах Африки, дипломати зазначають, що він є доволі обмеженим. Оскільки покупцем є вузький прошарок заможних споживачів. Це до 20% населення та іноземці. Якихось спеціальних обмежень на імпорт не існує.

Продукція має мати сертифікат відповідності та за потреби належні фітосанітарні сертифікати. Вироблена в африканських країнах органічна продукція має відповідати східноафриканським стандартам та маркується спеціальною маркою.

В Кенії створена галузева організація органічних виробників, з якою зацікавленим експортерам варто встановити контакти для просування продукції.

Особливості ринку: є певні місцеві консалтингові компанії, які надають інформаційну підтримку. Спеціалізовані виставки органічної продукції відсутні. Відповідні товари можна представити в рамках основних продовольчих виставок.

Найвіддаленіший ринок для України – ПАР, дуже специфічний, але цікавий і насичений органічною продукцією. Основна група товарів в мережах, як зазначають представники Посольства, продубльовані органічною продукцією.

Зазвичай вона представлена місцевими виробниками. Мережі працюють безпосередньо з фермерами. Кожна мережа надає ще свою сертифікацію їм. Тут цілий рік є свіжі продукти. Є лише невеликий сезон, коли ПАР ввозить деяку продукцію, в тому числі органічну.

Цікавим для експортера є Східна Азія. Як зазначає радник з економічних питань Посольства України в Республіці Корея Андрій Вешкін, загалом обсяг експорту української агропродукції до Кореї за останній рік знизився.

Стримуючим фактором є висока конкуренція на цьому ринку, передусім з тими країнами, які мають традиційну торгівлю з Кореєю. Також жорсткі фітосанітарні та сертифікаційні вимоги, які є характерними для азійських країн.

Що стосується ринку органічної продукції, в Кореї за 2021 рік він сягнув \$1,5 млрд. Очікується, що у 2023 році цей показник становитиме \$2,5 млрд.

Найбільшим фактором, що стимулює вживання органічних продуктів, є високий попит. Особливо після пандемії. А також державна підтримка переходу від пестицидного до органічного сільського господарства.

Наразі уряд Кореї заохочує місцеві підприємства до виробництва органічної продукції. Це може уповільнити отримання відповідних дозволів для іноземних країн.

Як і в Європі, так і в Азії головна точка входу на ринок – через профільні асоціації. Дипломати наголошують, що працювати треба з великими мережами, асоціаціями та вони готові в цьому допомогти.

Просування українських органічних виробників на міжнародному ринку, лобіювання їхніх інтересів в Україні та загалом розвиток та перехід світового аграрного сектору на органічний є вкрай важливим.

Коли держава долучається до просування та підтримки нашого сектору – це неймовірна заявка на успіх. Органічним виробникам зараз така підтримка як ковток свіжого повітря – саме в такій атмосфері пройшла перша зустріч.

Чи не вперше Міністерство закордонних справ взяло на себе просування українських органічних виробників на міжнародних ринках. Важливо, щоб світ знав про Україну не тільки в контексті війни, але і як надійного постачальника здорової, органічної їжі.

3.2. Основні напрями поліпшення інвестиційного клімату для вітчизняних виробників органічної продукції

На сьогоднішній день Україна лише запроваджує державну підтримку для виробників органічної продукції та будує плани на збільшення площ під органічним виробництвом та все ще планує гармонізувати українське законодавства з нормами ЄС щодо захисту прав споживачів, то ЄС значно підсилює роль останніх. Європейський Союз планує виділити значні кошти для нової сільськогосподарської політики ЄС на період 2021-2027 років на «еко-схеми», що сприятиме розвитку органічного виробництва та збільшенню виробників у провінціях місцевостях. У той же час Європейським Союзом презентовано новий порядок денний для споживачів (New Consumer Agenda), за допомогою якого Європейська Комісія готова убезпечити споживачів від грінвошінгу та підвищити безпечність товарів, що продаються через Інтернет.

Українські виробники протягом кількох років чекають на підтримку органічного виробництва, щоб хоч трохи посилити свої конкурентні позиції як щодо конкуренції серед традиційного виробництв, так і щодо конкурентів з країн ЄС. З 2015 року здійснюється регіональна підтримка органічних виробників у більшості областях України, першими стали Львівська та Полтавська області, де здійснюється відшкодування вартості сертифікації. А от на початку листопада ухвалено зміни до закону № 3295 «Про державну підтримку сільського господарства України», де прямо передбачено можливість державної підтримки виробників органічної сільськогосподарської продукції шляхом субсидювання такого виробництва з розрахунку на одиницю оброблюваних угідь та/або одну голову великої рогатої худоби, відшкодування часткової вартості сертифікації або часткове відшкодування витрат на придбання дозволених для використання засобів захисту рослин та добрив, насіння, садивного матеріалу та кормів.

Поєднання державного та регіональних бюджетів може значно підсилити позиції органічних виробників, особливо малих та середніх підприємств. Наразі з регіональних бюджетів (в деяких областях) українські виробники можуть

отримати в середньому від 500 до 1500 євро на підприємство в якості компенсації за проведення сертифікації. У той же час їх конкуренти в ЄС отримують по кілька сотень євро компенсації за гектар. Звісно, європейські фермери також мають певні обмеження щодо компенсацій, але така підтримка здійснюється у країнах ЄС вже понад 10 років. Втім, в ЄС також відбуваються зміни.

Європейська Комісія оприлюднила для громадського обговорення план дій на виконання стратегій ЄС «Від ферми до виделки» та «Біо-різноманіття». Також оголошено про плани виділити 40 млн євро на популяризацію органічного виробництва, зокрема, на фінансування кампаній підвищення обізнаності споживачів. І саме на споживачів ЄС робить ставку щодо подальшого розвитку органічного виробництва.

Зелена трансформація – Комісія має на меті забезпечити доступність сталих продуктів на ринку ЄС та інформацію про них, щоб дати покупцям можливість зробити обґрунтований вибір та убезпечити від грінвошінгу («зелене відмивання» – засіб маркетингу, що застосовує «зелений» піар та вводить в оману споживача стосовно діяльності та продукту виробника).

Цифрова трансформація – відкриває нові можливості та окреслює проблеми, радикально змінюючи поведінку споживачів. Комісія націлена на вирішення комерційних практик в Інтернеті, які нехтують правом споживачів робити усвідомлений вибір (зловживання упередженням, прихована реклама тощо).

Ефективне забезпечення прав споживачів – Комісія й надалі буде допомагати державам-членам у своєчасному впровадженні та застосуванні законодавства у сфері захисту прав споживачів. Конкретні потреби певних груп споживачів – Комісія буде звертати особливу увагу на групи споживачів, які можуть бути особливо вразливими та потребуватимуть додаткових гарантій, наприклад, дітей, людей похилого віку чи людей з обмеженими можливостями.

Міжнародне співробітництво – Комісія планує розробку спільного плану

дій з Китаєм для підвищення безпечності товарів, що продаються через Інтернет, адже у глобалізованому світі потужної Інтернет – торгівлі співпраця з міжнародними партнерами набуває вирішального значення. В Україні ж поки, на жаль, на державному рівні не ведеться робота щодо просування ані органічної продукції, ані взагалі щодо сталого споживання. Маємо недостатній рівень захисту прав споживачів та необізнаність споживачів про свої права. Україна взяла на себе зобов'язання в рамках Угоди про асоціацію переглянути законодавство у сфері захисту прав споживачів, але з 14 визначених завдань наразі виконано лише 3.

Таким чином на основі досвіду Європейського Союзу Україні доцільно створити також відповідні заходи підтримки виробників органічної продукції та популяризації такої продукції серед споживачів, наприклад:

1. Внести зміни до стратегії розвитку сільського господарства на державному та регіональному рівнях та скорегувати умови надання субсидій та компенсацій виробникам органічної продукції, особливо тим підприємствам, що знаходяться у перехідному періоді, адже даний процес є довготривалим (мінімум 3-5 років для сільськогосподарських угідь) та затратним (враховуючи сертифікацію угідь та продукції);

2. На регіональному рівні створити інформаційно-консультаційні центри, що будуть займатися підтримкою виробників під час налагодження каналів збуту продукції та виходу на нові ринки (особливо при експорті продукції);

3. Доцільно запланувати інформаційні заходи для споживачів, що дозволять познайомитися з виробниками продукції ближче, наприклад провести виставки та ярмарки (хоча б 2 рази на рік);

4. Розширити можливості в рамках проекту підтримки сільського господарства та органічного виробництва від ЄС, спрямовуючи проведення регіональних інформаційних форумів не лише для виробників органічної продукції, а й для споживачів;

5. Для виробників органічної продукції необхідно чітко дотримуватися

вимог просування органічної продукції та займатися її популяризацією серед споживачів (реклама тощо).

6. В рамках співпраці між Україною та країнами ЄС ввести у практичну дію обмін досвідом виробництва органічної продукції, проведення спільних навчальних семінарів для виробників та експортерів.

7. Та виконати перегляд умов стандартизації органічної продукції відповідно до вимог ЄС.

Лише за злагодженої діяльності на трьох рівнях держава-виробник-споживач можна забезпечити якісний збут органічної сільськогосподарської продукції, а співпраця між Україною та країнами Європейського Союзу у даному напрямку дозволяє розширити ці можливості.

При формуванні національних сценаріїв варто взяти до уваги світові тренди у сферах виробництва та споживання органічної продукції, а також вплив основних сценарно-формуючих факторів у відповідних країнах.

Світові тренди формують «загальний фон» для учасників ринку органічної продукції. До таких трендів можна віднести:

- Зміни, що продовжуються, в структурі харчування на користь більш якісної продукції.
- Швидке зростання світового ринку органічних продуктів.
- Доступність технологій органічного сільськогосподарського виробництва.
- Завершення загалом процесу формування нормативної бази у сфері виробництва та реалізації органічної продукції.
- Посилення умов входу на ринок для початківців.

У групу сценарно-формуючих факторів, універсальні для країн ЄАЕС та Європейських країн, входять:

1. Розвиток (або стагнація) внутрішнього ринку органічних продуктів.
2. Розвиток (або стагнація) експорту органічної продукції (створення експортної екосистеми).
3. Гармонізована (чи ні) з міжнародними стандартами національна

нормативна база для виробників сільськогосподарської органічної продукції.

4. Наявність (чи відсутність) перспектив розширення природних ресурсів для ведення сільськогосподарського органічного виробництва.

5. Наявність (або відсутність) високої конкуренції з боку додаткових видів сільськогосподарського виробництва (біологічного, екологічного), які отримують більш високу конкуренцію та мають вищий пріоритет у національних програмах розвитку АПК.

6. Наявність (або відсутність) авторитетних об'єднань виробників, нефінансових інститутів розвитку, здатних вплинути на розвиток органічного виробництва.

7. Наявність (або відсутність) перспектив створення фінансових інститутів підтримки виробників органічної продукції (спеціалізованих державних програм для органічних виробників, спеціалізованих банків тощо).

8. Наявність (або відсутність) перспектив створення логістики та інфраструктури ринку органічної продукції

Різні варіації та комбінації перерахованих вище факторів дозволяють сформуванню можливих сценаріїв розвитку ринку сільськогосподарської продукції у кожній із аналізованих країн: песимістичний, проміжний та оптимістичний.

Песимістичний сценарій має на увазі, що основні сценарно-формуючі фактори одержують негативну оцінку.

Оптимістичний сценарій побудований на зворотному припущенні, що основні фактори одержують позитивну оцінку. При цьому відзначається приплив інвестицій та динамічний розвиток, а виробництво органічної продукції зростає високими темпами, порівняно із загальносвітовими сценаріями.

У цьому розвитку сільського господарства немає вираженої динаміки. Виробництво органічної продукції характеризується нестійким зростанням темпом нижче загальносвітового.

Для формування можливих сценаріїв експерти різних країн оцінювали, які фактори є домінуючими, як вони будуть розвиватися (чи можливі при цьому точки біфуркації: зміна негативного тренду на позитивний або навпаки) і який з

сценаріїв, зрештою, буде найбільш ймовірним. При цьому в ряді випадків експерти розробляли блок-схеми формування сценаріїв за адаптованою методикою IDEF-0 (методологія функціонального моделювання – function modeling) для отримання так званої графічної нотації процесу підготовки сценарію.

Таким чином, у всіх країнах ЄАЕС та країнах Європи у середньостроковій перспективі найімовірнішим експерти визначають проміжний сценарій розвитку сільськогосподарського ринку. Незважаючи на те, що зміна сценаріїв відрізняється за країнам, є й низка спільних характеристик. Так, усі експерти виділяють серед негативних факторів відсутність перспектив розвитку внутрішнього ринку органічної продукції. Позитивним фактором у всіх країнах є наявність перспектив розширення ресурсної бази для сільського господарства.

У довгостроковій перспективі (більше 5 років) виникають можливості для переходу до оптимістичного сценарію у Казахстані, Вірменії та Україні.

Сценарії були сформовані до спалаху пандемії COVID-19, у зв'язку з чим цей новий сценарно-формуючий фактор не було прийнято до розгляду. Крім того, зараз важко оцінити, чи приведе пандемія до стагнації світового ринку органічної продукції та, якщо так, наскільки тривалим буде період стагнації.

Подальша робота над сценаріями може полягати у наступному. По-перше, у прив'язці сценарно-формуючих факторів і точок біфуркації до часу (тобто розгляд динаміки цих процесів на вибраному горизонті планування). По-друге, у параметризації сценаріїв: формуванні прогнозних оцінок темпів розвитку та споживання органічної продукції.

Вирішення цих завдань дозволяє сформувати дорожні карти розвитку органічного сільського господарства у країнах ЄАЕС та деяких країнах Європи. Проте, як показує досвід вирішення подібних завдань в Україні, розробка прогнозних індикаторів та обґрунтування точок біфуркації вимагає проведення спеціалізованих досить трудомістких досліджень. Додаткові можливості для виробників органічної продукції ЄАЕС та країн Європи, ймовірно, відкриваються у разі розвитку загального ринку органічної продукції

євразійського простору. В усіх без винятку державах ЄАЕС розвиток виробництва органічної продукції є одним із пріоритетних завдань.

Основним драйвером цього процесу, як правило, виступає націленість на збільшення обсягів агропродовольчого експорту в умовах слабкості та фрагментарності внутрішнього попиту. Проте внаслідок несформованих механізмів фінансової підтримки розвитку ринку органічної продукції діяльність національних регулюючих органів країн ЄАЕС зводиться до переважно виключно до нормативно-правового та адміністративного забезпечення функціонування національних ринків. При цьому у державах ЄАЕС відсутні систематизовані національні стратегії, а заходи регулювання, що впроваджуються, найчастіше формують додаткові бар'єри і носять стимулюючого характеру розширення виробництва органічної продукції.

Найяскравіший приклад такої політики – відсутність визнання міжнародних систем сертифікації і, як наслідок цього, необхідність проведення додаткової сертифікації за національними стандартами для постачання вітчизняної органічної продукції на внутрішній ринок, що пов'язано зі збільшенням фінансових та тимчасових витрат для виробників, а також обмеженням конкурентоспроможності своєї продукції. Крім того, наявність безлічі систем сертифікації дезорієнтує споживача, ускладнює процеси забезпечення відстеження органічної продукції.

Така ситуація склалася, у тому числі, і через те, що в ЄАЕС не завершено роботу з уніфікації вимог у сфері виробництва та обігу органічної продукції та не сформованій системні підходів щодо міждержавної взаємодії у сфері ведення сільськогосподарського органічного виробництва.

Офіційна позиція країн щодо цього питання носить загальний характер і зводиться до уніфікації чи гармонізації вимог до виробника та постачальника, або взаємного визнання національних систем сертифікації, національних сертифікатів та товарних знаків на органічну продукцію. Подібний підхід недостатній, оскільки взаємне визнання сертифікатів неможливо без уніфікації національних вимог до органічної продукції та процесів її виробництва, а також

формування еквівалентних систем акредитації та сертифікації. В іншому випадку це призведе до створення нерівних умов конкуренції на загальному ринку органічної продукції, зростання рівня недовіри до національних систем сертифікації з боку контролюючих органів партнерів по ЄАЕС та появи бар'єрів у торгівлі, як це має місце при прийнятті рішень щодо запровадження заборон та обмежень на взаємне постачання продукції. Крім того, як показало проведене дослідження, виявились завищеними раніше озвучені ЄЕК експертні оцінки, відповідно до яких частка країн ЄАЕС на світовому ринку органічної продукції до 2020 року може становити 20%. З урахуванням закріплених у Договорі про ЄАЕС чинних повноважень у рамках реалізації погодженої агропромислової політики (вільний рух товарів, розробка єдиних вимог у сфері виробництва та обігу, єдиний режим торгівлі з третіми країнами, гармонізація законодавства, розвиток експортного потенціалу, координація спільної інноваційної діяльності та формування євразійських технологічних платформ, інтегроване інформаційне забезпечення, міжнародне співробітництво, моніторинг розвитку АПК) підходи наднаціонального органу ЄАЕС до вирішення питань розвитку та просування на світові ринки органічної продукції цілком могли б мати комплексний характер і супроводжуватися розробкою заходів, спрямованих на об'єднання потенціалів країн-учасниць з метою формування єдиного ринку органічної продукції як фактор зростання сільського господарства.

На думку експертів країн, до перспективних напрямів інтеграційного взаємодії з розвитку ринку органічної продукції, у реалізації яких зацікавлені двоє та більше партнерів по ЄАЕС, належать: науково-технічна співпраця; розвиток національних інформаційно-консультаційних систем; гармонізація систем державної реєстрації біопрепаратів, засобів харчування та захисту рослин; Міжнародна співпраця; Використання системи обліку та відстеження органічної продукції. При цьому експертами з усіх країн ЄАЕС зазначено зацікавленість у розвитку науково-технічного співробітництва. Чи не підтримується впровадження в ЄАЕС єдиної системи обліку та відстеження органічної продукції експертом, а проти передачі на наднаціональний рівень

розвитку міжнародного співробітництва з питанням виробництва органічної продукції виступають експерти із України. Слід зазначити, що налагодження системи обліку та прогнозування обсягів приросту виробництва органічної продукції, а також використання високотехнологічних ресурсів є необхідною умовою для розробки та реалізації державами ЄАЕС при координації емпірично обґрунтованих заходів політики з метою забезпечення сталого та інклюзивного розвитку органічного сегмента агропромислової сфери.

Зважаючи на багатофункціональний вектор розвитку органічного виробництва, а також наявність можливостей для кратного нарощування обсягів випуску органічної продукції, доцільно у межах існуючих напрямів реалізації державами ЄАЕС узгодженої агропромислової політики розробити та прийняти міждержавну програму розвитку органічного сільського господарства та експорту органічної продукції. У програмі необхідно визначити проблеми, мети, завдання, оцінити ефективність реалізації передбачених заходів, обґрунтувати обсяги та джерела фінансування та ін. У сформованих умовах міждержавна програма може стати зразком ефективного функціонування інтеграційного механізму для роботи на швидкозростаючому ринку та стійким драйвером формування сучасних високомаржинальних та інклюзивних сегментів агропродовольчих систем у країнах ЄАЕС. Міждержавна програма має інтегрувати зусилля держав ЄАЕС щодо розвитку ОСГ, гармонізації національних вимог до виробництва, звернення та відстеження органічної продукції, розвитку інтегрованої логістичної інфраструктури та мережі з транспортування органічної продукції, а також сприяти спільному просуванню продукції на ринки третіх країн та зростання експортного потенціалу країн-учасниць, що дозволить уникнути неконструктивної, що веде до торгових війн конкуренції «без правил». При цьому ефект від реалізації інтеграційних заходів може бути значною мірою посилено у разі створення та залучення до роботи додаткових євразійських інститутів, таких, наприклад, як Євразійська асоціація виробників органічної продукції та Євразійська технологічна платформа з органічного виробництва.

Діяльність Євразійської асоціації виробників органічної продукції могла б бути спрямована на координацію дій національних асоціацій та союзів, вироблення консолідованої позиції бізнес-спільноти країн ЄАЕС з питань регулювання та розвитку ринку органічної продукції, проведення експертизи проектів нормативних правових актів, підготовку довідково-аналітичних матеріалів щодо розвитку спільного ринку органічної продукції. У свою чергу, доцільність створення Євразійської технологічної платформи по ОСГ обумовлена необхідністю координації та кооперації у науково-технічній та інноваційній сферах, підвищення ефективності взаємодії бізнесу, науки, держави та громадських організацій на основі об'єднання потенціалів країн ЄАЕС для забезпечення інноваційного розвитку, розробки перспективних технологій та практик органічного виробництва, препаратів, засобів харчування та захисту рослин, що використовуються у виробництві органічної продукції. Крім того, дана технологічна платформа зможе виступити як ініціатор міждержавної програми.

Взаємодія із зазначеними інститутами дозволить ЄЕК ефективно здійснювати координацію дій держав ЄАЕС щодо реалізації міждержавної програми. Їх вибір залежить від рівня та масштабів інтеграції, на які готові піти партнери по ЄАЕС, і багато в чому визначається національними інтересами сторін та бізнес спільноти.

Слід наголосити, що реалізація різних напрямів міждержавної взаємодії країн ЄАЕС з питань розвитку сільського господарства при здійсненні узгодженої політики можлива в межах діючих повноважень. В цьому випадку за рамками наднаціонального регулювання залишаються питання фінансової підтримки виробництва органічної продукції, що не є критичним в умовах фактичного відсутності у державах ЄАЕС значних обсягів субсидування виробників. Але в майбутньому, у разі прийняття національних програм із субсидування виробників, така підтримка може стати причиною виникнення нерівних умов конкуренції на ринку органічної продукції. У зв'язку з цим на підставі положення статті 94 Договору ЄАЕС щодо захисту інтересів виробників

продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках країнам-учасницям доцільно розглянути питання про перехід від узгодженою до єдиної політики у сфері органічного виробництва.

У разі готовності держав ЄАЕС передати повноваження щодо підтримки органічного виробництва на наднаціональний рівень та перейти до уніфікованого правового регулювання, можна ухвалити рішення про створення ще одного наднаціонального інституту – Євразійського фонду розвитку сільського господарства, діяльність якого може полягати у наданні фінансової підтримки виробникам органічної продукції та стимулюванні інвестиційних проектів щодо формування інтегрованої логістичної інфраструктури та мережі з транспортування органічної продукції. Враховуючи, що такі заходи підтримки не відносяться торгівлі, є всі підстави вважати, що це не призведе до складнощів виконання сторонами зобов'язань щодо субсидування сільського господарства в рамках членства у СОТ. Як і бюджет чинних органів ЄАЕС, бюджет Євразійського фонду розвитку сільського господарства можна формувати на основі внесків держав-членів, пропорційних їх вкладу в обсяг виробництва органічної продукції у межах ЄАЕС.

Як кінцевий результат реалізації міждержавної програми бачиться формування інтегрованої євразійської цифрової платформи, що об'єднує всіх стейкхолдерів і інноваційним еко-середовищем для забезпечення ефективного функціонування ОСГ в Євразійському регіоні.

Таким чином, відсутність систематизованих національних стратегій розвитку сільського господарства в умовах необхідності відповідності національних АПК глобальному тренду є достатньою основою для розробки та погодження конкретних напрямів інтеграційної взаємодії, за якими ЄЕК та державами ЄАЕС можуть розгорнути системну роботу щодо забезпечення розвитку сільського господарства та нарощування обсягів експорту органічної продукції. Спільне вирішення цих питань дозволить забезпечити стійкий та інклюзивний розвиток виробництва інноваційної, конкурентоспроможної та затребуваної на ринку органічної продукції, що внесе свій внесок у досягнення

пріоритетів у сфері сталого розвитку та національних цілей країн ЄАЕС Крім того, поглиблення міждержавної взаємодії у сфері сільського господарства прийтиме формуванню інституційних засад для переходу від узгодженої до єдиної аграрної політики в ЄАЕС.

3.3. Аналіз інвестиційної привабливості створення підприємства з виробництва органічної продукції

Пропонуємо більш детально вивчити приклад організації проекту з створення нового виробництва з вирощування органічної продукції на території Полтавської області, для того, щоб визначити яку кількість інвестицій необхідно залучити на початковому етапі діяльності підприємства. За організаційно-правову форму підприємства обрано – Органічне сільське господарство (ОСГ).

Органічне сільське господарство – вид підприємницької діяльності, безпосередньо пов'язаний із вирощування та виробництвом органічної продукції сільським господарством.

Для державної реєстрації як індивідуального підприємця майбутній керівник-директор сільського господарства представляє податковому органу:

- заяву про постановку на реєстраційний облік;
- акт на право власності на земельну ділянку, право постійного землекористування або Договір про тимчасове землекористування;
- фотографію директора сільського господарства розміром 3 x 4 см.

Сільські чи фермерські господарства мають право самостійно обрати спеціальний податковий режим чи загальновстановлений порядок. Для застосування спеціального податкового режиму сільські чи фермерські господарства не пізніше 20 лютого першого року застосування зазначеного режиму подають до податкового органу за місцем знаходження земельної ділянки податкову заяву.

Підприємство займатиметься вирощування органічної сільгосппродукції. Запланований асортимент продукції, що буде вирощується включатиме в себе:

- Сочевицю;
- Пшеницю твердих сортів;
- Соняшник;
- Соя.

Наступним кроком формуємо організаційну структуру підприємства представлена, що представлена на рисунку 3.1.

Таким чином, загальна чисельність працівників підприємства становитиме 17 осіб. Зазначимо, що заробітна плата у всіх працівників підприємства є фіксованою.

Наступний крок будемо календарний план відкриття підприємства як діаграми Ганта представлений у таблиці 3.2.

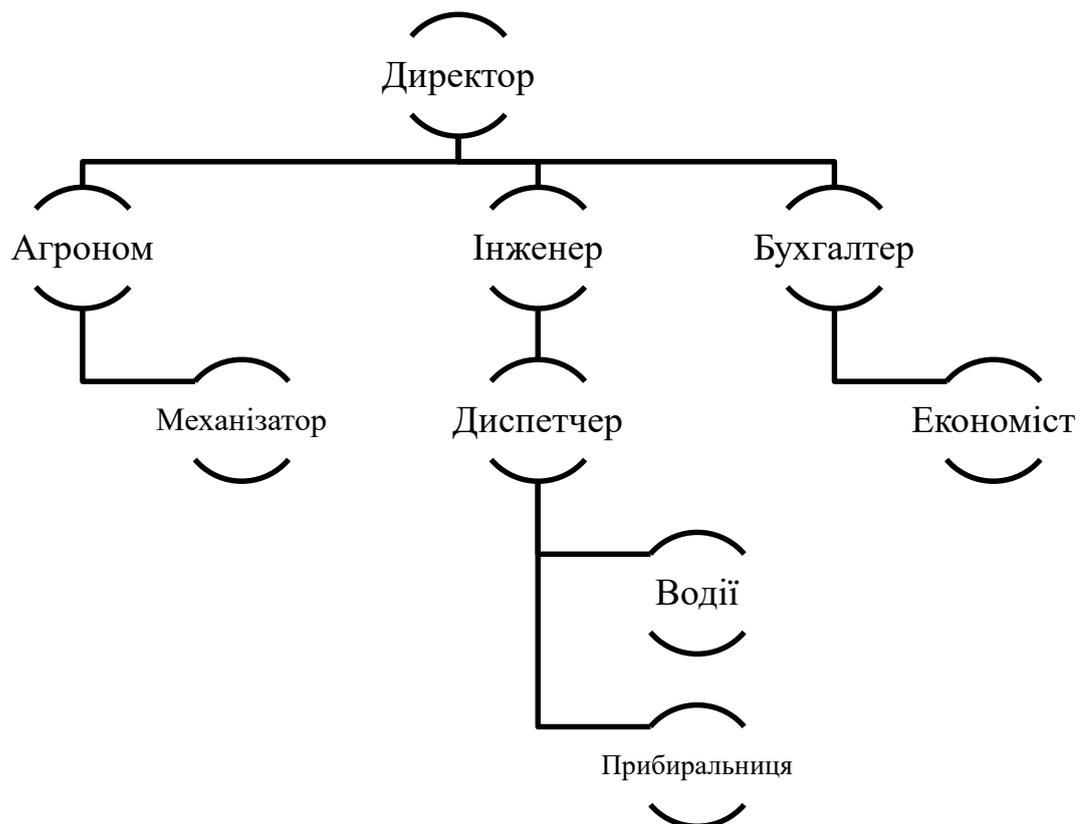


Рис. 3.1. Організаційна структура майбутнього підприємства

З рисунка видно, що підприємство має лінійно-функціональну структуру управління. На підставі представленої організаційної структури складемо

штатний розпис підприємства. Дані представлені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Штатний розпис представленої організації

Посада	Кіль-ть	Заробітна плата, грн.	Податкові відрахування в місяць грн.	Річні виплати.
Адміністративний персонал	6	117 000	35600	1 404 000
Директор	1	33 000	9 900	396 000
Бухгалтер	1	18 000	5 400	216 000
Економіст	1	15 000	5 000	180 000
Агроном	1	23 000	6 900	276 000
Інженер	1	18 000	5 400	216 000
Диспетчер	1	10 000	3 000	120 000
Додатковий персонал	11	41 000	12300	492 000
Механізатор	5	21 000	6 300	252 000
Водій	5	12 000	3 600	144 000
Прибиральниця	1	8 000	2 400	96 000
Всього	17	158 000	47 900	1 896 000

Таким чином, для відкриття підприємства потрібно 4 місяці. Початок польових робіт намічено на 24 квітня 2024 року. Крім цього, ще необхідно розібрати з порядком сертифікації для органічної продукції.

Таблиця 3.2 – Діаграма Ганта

Захід	Посада	Терміни виконання						
		09.01-01.02	02.02-20.02	21.02-01.03	2.03-02.04	03.04-22.04	24.04	
Покупка землі	Директор, Агроном							
Реєстрація	Директор							
Подача заявки на сертифікацію	Бухгалтер							
Закупка техніки	Директор, Інженер							
Закупка посівного матеріалу	Агроном							
Будівництво складів	Інженер							
Підбір персоналу	Директор							
Відкриття підприємства	Агроном, Інженер							

Кожне господарство, яке бажає отримати цей статус, має надати карти полів, на підставі яких можна було б зробити висновок, що протягом двох років угіддя оброблялися без застосування будь-якої хімії. Згодом межі традиційного

та екологічного землеробства мають бути чітко розділені. Крім того, якщо в господарстві сертифіковано тільки частину земель як органічних, і при цьому та сама культура сіється на звичайних і органічних полях, то вона декваліфікується з органічного периметра, тобто поле матиме статус органічного, а культура там вирощена може і не мати цей статус. Тому, щоб уникнути всіх цих складнощів, потрібно сертифікувати повністю всі господарства цілком, а органічний периметр буде за межами землекористування. Насіння для органічного господарства відбирається адаптовані до місцевих умов, стійкі до шкідників та бур'янів, що не містять генетично модифікованих елементів. Якщо ні, виробників органічного насіння в регіоні існує досить нескладна процедура погодження з сертифікаційним органом на посів звичайним насінням, придбаним у традиційних оригінаторів та виробників насіння с/г культур. Родючість ґрунту підтримують у таких господарствах за допомогою сівозміни та добрив, що біологічно розщеплюються, виключно мікробіологічного, рослинного або тваринного походження. Обмежено використання добрив із вмістом магнію, мінерального калію, мікроелементів, гною та важких металів. Заборонені гербіциди, пестициди, інсектициди, фунгіциди, всі азотовмісні та більшість інших хімічних добрив. Для боротьби зі шкідниками застосовуються фізичні бар'єри, шум, ультразвук, світло, ультрафіолет, пастки, спеціальний температурний режим.

Підприємство планує вирощувати таку продукцію. Дані представлені у таблиці 3.3.

Ціну на продукцію взято відносно мінімальні, але з урахуванням плюс за якість екологічно чистої продукції.

Таблиця 3.3 – Ціни на продукцію

Назва продукції	Вартість грн./тонн.
Пшениця тверда	15 040
Сочевиця	42 240
Соняшник	25 600
Соя	38 400

Для виробництва у сільському господарстві за відсутності пестицидів

необхідна достатня кількість техніки та ґрунтообробних агрегатів. Відповідно до карти польових заходів здійснено розрахунок витрат на насіння, запасні частини, добрива, електроенергію, ремонт, амортизацію. Родючість ґрунту підтримується за рахунок внесення в сидеральному буркуновому пару 1,5 т/га фосфоритного борошна, що в розрахунку на 1 га сівозміни забезпечує щорічне надходження 21 кг фосфору, мінеральний азот заміщується надходженням біологічного азоту, що забезпечується за рахунок бактеріальних препаратів мізорин, що містять асоціативний та фунгіцидний ефект. Також по вегетації застосовується подвійна обробка флавобактеріном, що забезпечує протягом всієї вегетації захист від бактеріальної та грибової інфекції, а також стимулювання росту та розвитку с/г рослин. Для підвищення врожайності на 1 га застосовується обробка насіння біологічним препаратом «Ріверм», він дає збільшення врожайності в середньому на 12-15%.

Оскільки головне завдання компанії збільшувати обсяги реалізації, то для цього потрібна ефективна збутова політика. Головне завдання збутової політики – визначення максимально вигідних каналів збуту. Основними каналами збуту підприємства можна назвати договори з переробними чи торговими компаніями, і навіть прямі продажі.

Для стимулювання збуту та його підтримки компанія планує:

- укласти торговельну угоду з ТОВ «Діамант ЛТД»;
- укласти торговельну угоду з ТОВ «Екород»;
- участь у Міжнародній виставці органічної продукції.

Відповідно до політики підприємства, продаж вироблятиметься такими партіями:

Лютий - 20% від вирощеної продукції;

Березень - 30% від вирощеної продукції;

Квітень - 50% вирощеної продукції.

Участь у проєкті надасть нам додаткові науково-технічні можливості. Також ми можемо використовувати цей проєкт з метою PR на внутрішньому ринку. Виходячи з вищесказаного, ми можемо розрахувати план продажу

вирощеної продукції. У таблиці 3.4 представлено план продажу продукції підприємства.

Таблиця 3.4 – План продажів

Період, місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Сочевиця	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16,32	24,48	40,80
Соя	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12,5	18,75	31,25
Соняшник	0	0	0	0	0	0	0	0	0	44,16	66,24	110,40
Пшениця тверда	0	0	0	0	0	0	0	0	0	183,26	274,89	458,15
Всього, тонн:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	256,24	384,36	640,60

Для здійснення проекту необхідно 1 200 га ріллі, які плануються взяти в оренду у Шишацькому чи Зіньківському районі Полтавської області. (попередня вартість оренди землі 6400 грн/га). Передбачається будівництво складів готової продукції загальною площею 1 000 м². З основних капітальних вкладень, розрахуємо необхідну кількість початкових інвестицій у проект. Розрахунок початкових інвестицій у проект представлений у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Початкові інвестиції у проект

Назва	Вартість, грн
Оренда землі	7 680 000
Будівництво складу	237 318
Реєстрація підприємства	1000
Оренда сільськогосподарської техніки	26 789
Оплата праці	1 896 000
Всього витрати:	9 841 107

Більше половини початкових інвестицій потрібні для придбання необхідної кількості сільськогосподарської техніки. У разі доцільно використовувати державну програму підтримки сільськогосподарських виробників. Відповідно до державної Програми «Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств» відшкодування частини витрат, понесених суб'єктом агропромислового комплексу, при інвестиційних вкладеннях. За цією програмою ми можемо отримати 25% (у нашому випадку це складатиме 2 026 963,75) компенсації від величини вкладених коштів та 15%

компенсації за придбання техніки та необхідних матеріалів та одноразову підтримку в розмірі 36 000 грн. [65-67]. Бюджетна субсидія новоствореним фермерським господарствам – розмір підтримки складає 3 тис. грн за 1 гектар. Ліміт за максимальною сумою відшкодування становить 60 тис. грн для одного фермерського господарства. Skorистатись субсидією можуть фермерства в перші три роки свого існування. Програма 5-7-9% – для участі у програмі підприємцям потрібен бізнес-план, який оцінюватиме банк. Отже, протягом першого року ми отримаємо 3 540 387,45 грн.

Оскільки підприємство працюватиме в умовах ведення органічного виробництва, то необхідно придбати високоякісну техніку та агрегати, які становлять основну видаткову частину проекту. Ці витрати можна компенсувати шляхом отримання державних субсидій. Також під час аналізу витрат врахувати специфіку виробництва підприємства. До придбання заплановано зернострумове обладнання, будівництво споруд.

Також на підприємстві необхідні висококваліфіковані кадри для чого буде використано систему найму. Конкурс на вакантні місця буде встановлений для фахівців аграрного сектору з досвідом роботи. Ризики при веденні цього виду бізнесу полягають у наступному:

- вузькоспеціалізований попит на ринку;
- відсутність законодавчих нормативів, нормативно-правової бази;
- потреба у великих початкових інвестиціях;
- відсутність досвіду у сфері виробництва;
- високий рівень капіталізації інвестицій.

Таким чином для реалізації нашого проекту необхідно залучити 9 841 107 грн. з них у перший рік буде компенсовано 3 540 387, 45 грн. , решту коштів 6 306 719,55 грн. необхідно залучити через інвестиції. Іноземні інвестиції в сільськогосподарську сферу

В результаті проведеного аналізу інвестиційного проекту з відкриття підприємства з виробництва органічної продукції, нами було доведено, що цей проект пов'язаний із великим ризиком і як наслідок з великою прибутковістю.

Висновки до розділу 3

У даному розділі представлено перспективи розвитку органічного ринку для вітчизняних виробників попри війну.

Відсутність систематизованих національних стратегій розвитку сільського господарства в умовах необхідності відповідності національних АПК глобальному тренду є достатньою основою для розробки та погодження конкретних напрямів інтеграційної взаємодії, за якими ЄЕК та державами ЄАЕС можуть розгорнути системну роботу щодо забезпечення розвитку сільського господарства та нарощування обсягів експорту органічної продукції. Спільне вирішення цих питань дозволить забезпечити стійкий та інклюзивний розвиток виробництва інноваційної, конкурентоспроможної та затребуваної на ринку органічної продукції, що допоможе досягти пріоритетів у сфері сталого розвитку та національних цілей країн ЄАЕС Крім того, поглиблення міждержавної взаємодії у сфері сільського господарства прийтиме формуванню інституційних засад для переходу від узгодженої до єдиної аграрної політики в ЄАЕС.

ВИСНОВКИ

Отже на сьогоднішній день сільське господарство залишається найперспективнішою галуззю економіки України. З 41,5 млн. га сільськогосподарських угідь, що займають 70 % території країни, і близько 25 % світових запасів чорнозему, сільське господарство є найбільшою експортною галуззю України. У 2020 році аграрний сектор України забезпечив 9,3% Валового внутрішнього продукту.

У кваліфікаційній роботі магістра проведено детальний аналіз імпорту та експорту сільськогосподарської та органічної продукції у країнах Європейського Союзу та Україні.

Більшість органічних продуктів, імпортованих до ЄС, становили товари (включаючи зернові, рослинні олії, цукор, сухе молоко та вершкове масло), що становило 54% загального імпорту органічної агропродовольчої продукції за обсягами. Інші первинні продукти (включаючи м'ясо, фрукти, овочі, йогурти та мед) становили 38% обсягу імпорту. Однак товари та інші первинні продукти мають нижчу вартість, ніж продукти переробки, що призводить до того, що вони становлять відповідно 38% та 43% імпорту у вартісному вираженні. Продукти переробки становили 6% імпорту за обсягом, але 11% у вартісному.

Що стосується походження продуктів, то десять країн, які експортували більшість органічних продуктів до ЄС, становили 70% імпорту за обсягом у 2019 році, з Китаєм (13%), Україною (10%), Домініканською Республікою (10%), Еквадором (9%), Перу (7%), Туреччина (7%), Індія (5%), Колумбія (3%), Казахстан (3%) і Бразилія (2%).

Основними і найбільшими країнами – споживачами української органічної продукції являються Нідерланди, США, Німеччина, Австрія, Велика Британія, Польща, Канада, Італія, Швейцарія.

Нами проаналізовано діяльність основних виробників органічної продукції, таких як: Компанія «Arnika organic», «GALEKS – AGRO» та ТОВ «Діамант ЛТД» (Козуб продукт-органік).

Розглянуто шість основних іноземних інвестиційних проектів підтримки розвитку вітчизняного сільського господарства та виробництва органічної продукції. Одним з основних інвесторів в сільськогосподарській та органічній ринку України є Швейцарія. Швейцарсько-українська програма «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України» фінансується Державним секретаріатом Швейцарії з економічних питань (SECO), із залученням приватного сектору України. Програма впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) у партнерстві із SAFOSO AG (Швейцарія). Програма розпочала свою діяльність у серпні 2019 року та діяли до червня 2023 року.

Враховуючи воєнні дії на території України та на основі проведеного нами аналізу запропоновано низку заходів з підтримки розвитку інвестиційної привабливості органічного виробництва в Україні та співпраці з країнами Європейського Союзу.

Нами запропоновано реалізувати власний проект, для цього нам необхідно залучити 9 841 107 грн. з них у перший рік буде компенсовано 3 540 387,45 грн., решту коштів 6 306 719,55 грн. необхідно залучити через інвестиції. Іноземні інвестиції в сільськогосподарську сферу

В результаті проведеного аналізу інвестиційного проекту з відкриття підприємства з виробництва органічної продукції, нами було доведено, що цей проект пов'язаний із великим ризиком і як наслідок з великою прибутковістю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зубков Р. Механізми активізації інвестиційно-інноваційних процесів регіональної економічної системи: теорія і практика : монографія/ Р. Зубков . – Миколаїв, 2017. С. 332.
2. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс] / Закон України від 18.09.1991 р. No 1560-ХІІ // Верховна Рада України. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
3. Annual Report on the OECD Guidelines for Multinational Enterprises 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/annualreportsontheguidelines.htm>
4. Гамбург І. А. Наукове обґрунтування та законодавче закріплення поняття «іноземна інвестиція» / І. А. Гамбург // Держава та регіони. Сер. Право. 2016. Вип. 1. С. 80-85.
5. Денисенко М. П. Іноземне інвестування економіки України / М. П. Денисенко // Актуал. проблеми економіки. 2016. No 7. С. 70-77.
6. Крахмальова Н. А. Інвестиційний клімат і проблеми іноземного інвестування в Україні: монографія / Н.А. Крахмальова, В.В. Ліщук; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. Київ: КНУТД, 2017. С.223 .
7. Родіонова Т. А. Дохідність іноземних інвестицій в країнах з ринком, що формується: вплив на зовнішні дисбаланси: монографія / Т. А. Родіонова; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса: ОНУ, 2015. С.172
8. Буряк А.А. Наукові підходи до розуміння економічної сутності категорії «прямі іноземні інвестиції» на регіональному рівні / А.А. Буряк // Інвестиції: практика та досвід. 2014. No 12. С.107-111.
9. Офіційний сайт інвестиційного порталу InVenture Investment Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.inventure.ua/uk>.
10. Скоробогатова Н. Є. Дослідження сутності інвестицій та інвестиційної діяльності / Н. Є. Скоробогатова // Екон. вісн. Нац. техн. ун-ту України «КПІ» : зб. наук. пр. 2016. Вип. 13. С. 487-493.

11. Дунська А. Р. Прямі іноземні інвестиції як чинник розвитку економіки України / А. Р. Дунська, О. В. Бойко // Екон. вісн. Нац. техн. ун-ту України «КПІ» : зб. наук. пр. 2016. Вип. 13. С. 460-466.
12. Єгорова О. М. Теоретичні аспекти сутності інвестицій та інвестиційної діяльності підприємства / О. М. Єгорова // Бізнес Інформ. 2017. No 2. С. 89-94.
13. Шевченко О. М. Державне регулювання інвестиційної діяльності у сучасних трансформаційних умовах [Електронний ресурс] / О. М. Шевченко // Публ. адміністрування: наук. дослідж. та розвиток : [Електрон. журн.]. 2017. No 1. С. 47-58.
14. Захарін С. В. Державно-приватне партнерство як перспективний інструмент реалізації інтеграційної стратегії розвитку підприємства (на прикладі сфери туризму і курортів) / С. В. Захарін, Л. Г. Данченко, Ю. В. Усенко // Екон. вісн. ун-ту / Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди. 2016. No 29/1. С. 89-97.
15. Роз'яснення Міністерства юстиції України «Інвестиційне законодавство: стан, проблеми, перспективи» від 8 травня 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>.
16. Поручник А. Інституціоналізація міжнародного інвестування в умовах глобалізації : монографія / А. Поручник, М. Сімонова ; Київ. Нац. ун-т ім. Вадима Гетьмана, Ін-т глобал. екон. політики Київ. нац. екон. ун-ту ім. Вадима Гетьмана. К. : КНЕУ, 2015. С. 324.
17. Довідка щодо стану інституційного забезпечення інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: http://meold.kmu.gov.ua/minec/control/uk/publish/printable_article?art_id=127481.
18. Дяченко С. А. Удосконалення державних механізмів формування сприятливого інвестиційного клімату в контексті реалізації .Угоди про асоціацію між Україною та ЄС / С. А. Дяченко, І. С. Костіна // Вісн. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Сер. Держ. упр. 2016. No 4. С. 56-63.

19. Оцінка впливу Угоди про асоціацію / ЗВТ між Україною та ЄС на економіку України: наук. доп. / за ред. акад. НАН України В.М. Гейця, чл.-кор. НАН України, д-ра екон. наук Т.О. Осташко, чл.-кор. НАН України, д-ра екон. наук Л.В. Шинкарук; НАН України, Ін-т екон. Та прогнозів. НАН України. К., 2014. 102 с.

20. Інститути спільного інвестування. Правове регулювання господарської діяльності зі спільного інвестування : монографія / [Гарагонич О. В. та ін.]. К. : Гельветика, 2014. С. 215.

21. Войцеховська Ю. В. Спеціальні економічні зони: зарубіжний досвід та перспективи в Україні / Ю. В. Войцеховська, А. О. Мавріна, В. В. Войцеховська // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2016. No 847. С. 42-48.

22. Федорчак О. В. Проблеми фінансування інвестиційних проектів місцевого та регіонального розвитку в Україні / О. В. Федорчак // Вісн. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Сер. Держ. упр. 2017. No 2. С. 118-127.

23. Петрашко Л. П. Європейські моделі відповідального інвестування: адаптація в Україні : монографія / Л. П. Петрашко, С. В. Андрос, Т. В. Романьок ; Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. К.: КНЕУ, 2016. С. 262.

24. Шемшученко С. О. Захист іноземних інвестицій: міжнародно-правові стандарти : монографія / С. О. Шемшученко ; НДІ приват. права і підприємництва ім. Ф. Г. Бурчака Нац. акад. прав. наук України, Ін-т. законодавства Верховної Ради України. – К. : Юридична думка, 2014. С. 211.

25. Офіційний сайт Міністерства Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

26. Арніка Органік – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://arnika.organic/ua>

27. 10 - агропромислових компаній, які зробили більше за інших – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://landlord.ua/reytingi/10-agropromislovih-kompaniy-yaki-zarobili-bilshe-za-inshih/>

28. Галекс Агро. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://galeks-agro.com/about/>

29. ТОВ «Фірма ДІАМАНТ ЛТД». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://diamantltd.com.ua/>
30. Експорт української органічної продукції. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://organicinfo.ua/news/ukrainian-organic-export-2020/>
31. Експорт пшениці. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3397395-ukraina-vze-eksportovala-majze-17-miljoniv-tonn-psenici.html>
32. Збільшення попиту на органічну продукцію». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://agravery.com/uk/posts/author/show?slug=mikola-safonov-zbilsenna-popitu-na-organicni-produkti-moze-buti-lakmusovim-papircem-rozvitku-ekonomiki> .
33. Зовнішня торгівля аграрною продукцією. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2021.html> .
34. Кернел. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.kernel.ua/ua/> .
35. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/minekonomiki-zaprovadzhennya-derzhpidtrimki-organichnogo-virobnictva-ye-stimulom-dlya-investicij-u-galuz> .
36. Найбільші імпортери сільськогосподарської продукції. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/02/20/657297/> .
37. Нібулон. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.nibulon.com/> .
38. Німецько – Українська співпраця у галузі органічного сільського господарства. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.coa-ukraine.com/ua/> .
39. Органік в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ifoam.bio/> .

40. Органічний ринок в Україні – аналітика. [Електронний ресурс].
Режим доступу: <https://agropolit.com/spetsproekty/415-organichniy-rinok-v-ukrayini--analitika> .
41. Рейтинг: органічних агрокомпаній України[Електронний ресурс].
Режим доступу: <https://latifundist.com/rating/toporganic#29> .
42. Український проект бізнес – розвитку плодоовочівництва.
[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uhbdp.org/> .
43. BIOFACH. [Electronic resource]. Available at:
<https://www.biofach.de/en> .
44. Extra – EU trade in agricultural goods . [Electronic resource]. Available
at: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Extra-EU trade in agricultural goods#EU trade in agricultural products: surplus of .E2.82.AC43 billion](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Extra-EU_trade_in_agricultural_goods#EU_trade_in_agricultural_products:_surplus_of_.E2.82.AC43_billion) .
45. Leading Sectors for US Export and Investments. [Electronic resource].
Available at: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/ukraine-agricultural-machinery> .
46. The World of Organic Agriculture 2021. [Electronic resource]. Available
at: <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2021.html> .
47. Quality Food Trade Program. [Electronic resource]. Available at:
<https://qftp.org/> .
48. USAID. [Electronic resource]. Available at:
<https://www.usaid.gov/uk/ukraine/agriculture> .
49. Агрополіт. [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://agropolit.com/spetsproekty/826-ekologichni-agrotrendi-ukrayina-zaprovadjuje-pidtrimku-dlya-virobnikiv-organichnoyi-produktsiyi-a-yes-robit-stavku-na-spojivachiv> .
50. Внутрішній ринок органічної продукції України, експорт та імпорт
за роками. URL: <https://agropolit.com/infographics/view/95> .

51. Новицька І. В., Кузняк Б. Я., Хаустова Е. О. Features of the application of digital strategy and customer journey mapping to promote organic products. *Економіка і регіон*. 2018. Вип. 3 (70). С. 71-79.

52. Новицька І. В. Стратегії виходу вітчизняних виробників органічної продукції на міжнародні ринки. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2021. Т. 32 (71). № 4. С. 70-75.

53. Гуторов А. О. Теоретичні засади розвитку агропродуктових інтеграційних відносин. *Проблеми економіки*. № 3 (41). 2019. С. 37-46.

54. Мороз С. І., Нужна С. А. Інтеграція інформаційних систем і технологій у побудові інформаційного простору сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. №5, 2021. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/89.pdf

55. Васильєва Н.К. Інформаційні технології як складова підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2012. № 24. С. 3-7.

56. Нужна С.А. Удосконалення аналізу фінансових результатів діяльності підприємств на основі сучасних інформаційних технологій. «Економічна думка». *Економічний аналіз : зб. наук. праць*. Том 11. № 2. 2012. С. 368-373.

57. Нужна С.А. Інформаційні технології аналізу прямих трудових витрат. *Економічний аналіз*. 2012. Вип. 10, ч. 4. С. 262-266.

58. Мороз С. І. Використання інформаційних систем і технологій в управлінні тваринництвом. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7901> .

59. Шафранська Т.Ю., Кхаль Р. Г. Застосування інтеграційного підходу в управлінні проектами. *Економічні науки/10. Економіка підприємства*. http://www.rusnauka.com/11_NPE_2013/Economics/10_134684.doc.htm .

60. Презентація проекту «Німецько-українська співпраця в галузі органічного сільського господарства». URL: <http://znau.edu.ua/tidings/top-news/u->

[zhnaeu-prezentuvali-proekt-nimetsko-ukrajinska-spivpratsya-v-galuzi-organichnogo-sil'skogo-gospodarstva#!1_4organic](#) .

61. Презентація проекту ЄС «Підтримка впровадження сільськогосподарської та продовольчої політики в Україні». URL: <https://apd-ukraine.de/ua/ag-arkhiv/549-prezentatsiya-proektu-es-pidtrimka-vprovadzhennya-sil'skogospodarskoji-ta-prodovolchoji-politiki-v-ukrajini-08-07-2016> .

62. Представники українського органічного сектору відвідали найбільшу міжнародну виставку органічної продукції БіоФах-2013. URL: <https://www.tpp.ks.ua/poslugi/info-resurs-zelena-informatsiya/615-ukrajinski-virobniki-zavojovuyut-evropejskij-rinok-organichnoji-kharchovoji-produktsiji.html> .

63. Швейцарсько-українська програма «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України». URL: <https://qftp.org/> .

64. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20#Text> .

65. Підтримка органічного виробництва в Україні: механізм 2021 року та нові перспективні напрямки. URL: <http://organic.com.ua/pidtrymka-organichnogo-vyrobnyctva-v-ukrayini-mehanizm-2021-roku-ta-novi-perspektyvni-napryamky/> .

66. Державна підтримка сільського господарства: урядові програми 2021 року. – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://ukc.gov.ua/knowledge/byudzhetna-subsydiya-na-odynytsyu-obroblyuvanyh-ugid-1-gektar-novostvorenym-fermerskym-gospodarstvam/>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1

Показники органічного ринку в Україні

Роки	Загальна кількість операторів органічної продукції, од.	Площа сертифікованих земель, тис. га	Обсяги споживчого ринку органічної продукції України, млн.Євро	Чисельність населення віком від 16 до 60 років	Чисельність населення наявна		Чисельність населення постійна	
					Міське	Сіль-ке	Чол.	Жін.
2011	155	270,32	5,1	29 090,1	31 441,6	14 336,9	21 032,6	24 565,6
2012	164	272,85	7,9	28 842,2	31 380,9	14 252,7	20 976,7	24 476,6
2013	175	393,4	12,2	28 622,9	31 378,6	14 174,4	20 962,7	24 410,0
2014	182	400,764	14,5	28 372,5	31 336,6	14 089,6	20 918,3	24 327,6
2015*	210	410,55	17,5	26 613,3	29 673,1	13 256,2	19 787,8	22 971,9
2016*	360	411,2	21,2	26 317,4	29 585,0	13 175,5	19 717,9	22 873,0
2017*	375	420	29,4	25 982,0	29 482,3	13 102,2	19 644,6	22 770,3
2018*	510	429,1	33	25 641,3	29 371,0	13 015,4	19 558,2	22 658,6
2019*	617	467,98	36	25 293,7	29 256,7	12 896,5	19 455,3	22 528,3
2020*	722	468	38	24 968,1	29 139,3	12 763,1	19 343,5	22 389,3

*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя

Таблиця Б.2

Експорт органічної продукції України

Частина світу	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Всього експортовано	7,19 млн. дол..США	11,7 млн. дол..США	27,6 млн. дол..США	57 млн. дол..США	48 млн. дол..США	65 млн. дол..США	90 млн. дол..США	157 млн. дол.США	189 млн. дол..США	204 млн. дол..США

ДОДАТОК В

Таблиця В.1

Кількість операторів сертифікованої органічної продукції в Україні за роками

Характеристика	Кількість операторів		
	2019 рік	2020 рік	Темпи приросту 2020/2019, %
Оператори, що займаються виробництвом (первинним виготовленням чи вирощуванням сировини) органічної продукції	482	544	13
Оператори з переробки органічної продукції	86	114	33
Оператори, що упаковують продукцію для торгових полиць	60	64	7
Всього	617	722	17