

*І. А. Білоткач,  
к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу,  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

DOI: 10.32702/2306-6814.2019.3.12

# ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

*I. Bilotkach,  
Ph.D, Associate Professor, Associate Professor Department of Marketing,  
Dnipro State Agrarian and Economic University, Ukraine*

## INSTITUTIONAL DEVELOPMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE INFRASTRUCTURE OF THE MARKET OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS

**Мета.** Аналіз інституціональних та інституційних аспектів формування та розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції.

**Методика дослідження.** Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження є діалектичний та аналітичний підхід до вивчення існуючих інституціональних та інституційних особливостей стану та розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції та особливостей розвитку і регулювання органічного агровиробництва в Україні.

**Результати дослідження.** Стверджується, що сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні ставить вимоги для підприємств усіх галузей, включаючи і традиційне сільське господарство, звертатися до нових сучасних методів виробництва сільськогосподарської продукції, враховуючі ту користь, яку продукція сільськогосподарського виробництва повинна нести споживачам. Одним із таких напрямків розвитку аграрної сфери є створення й реалізація проектів органічного (природного) агровиробництва.

Наголошується, що одним із складних питань розвитку органічного ринку є неврегульованість інституціональної бази, що ускладнює роботу вітчизняних органічних операторів. З метою удосконалення інституційного регулювання органічного виробництва, Верховною Радою України був прийнятий новий Закон України "Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції" (№ 2496-VIII, набрав чинності 02 серпня 2018 р., вступає в дію з 02 серпня 2019 р.). Виконання норм цього Закону буде сприяти підвищенню ефективності ринкової ситуації в органічному секторі.

При визначенні сутності ринкової ситуації зазначено, що сам вид ринку органічної сільськогосподарської продукції має ознаки олігополістичного, що треба враховувати державним інституціям, зокрема антимонопольному комітету України, для унеможливлення зловживань та зговорів як серед виробників та продавців органічної продукції, адже головна мета в забезпеченні споживача якісною та доступною продукцією для покращення якості життя.

**Наукова новизна результатів дослідження.** Запропоновано авторське визначення сутності терміну "ринок органічної сільськогосподарської продукції" та структурно-логічна схема зв'язків між основними суб'єктами органічного ринку України.

**Практична значущість результатів дослідження.** Отримані результати дослідження поглиблюють теоретичні аспекти розвитку та забезпечують можливість активізації інноваційного процесу органічного агровиробництва в Україні.

**Purpose.** Analysis of methodological aspects of the assessment of the state and development of the market of organic agricultural products. Formation of a set of methods, their content, consistency and expediency of application for improving the development of the organic agricultural production market.

**Methodology of research.** The theoretical and methodological basis of the study is a dialectical and analytical approach to studying the existing institutional and institution features of the state and development of the market for organic agricultural products and the features of development and regulation of organic agricultural production in Ukraine.

**Findings.** It is argued that the current stage of development of market relations in Ukraine sets requirements for enterprises of all branches, including traditional agriculture, to apply to new modern methods of agricultural production, taking into account the benefits that agricultural products have to bear on consumers. One of these areas of development of the agrarian sphere is the creation and implementation of projects for organic (natural) agricultural production.

It is noted that one of the complex issues of development of the organic market is the unresolved institutional framework. In order to improve the institutional regulation of organic production, the Verkhovna Rada of Ukraine adopted a new Law of Ukraine "On the basic principles and requirements for organic production, circulation and labeling of organic products" (No. 2496-VIII, enacted on August 2, 2018, enters into force from 2 August 2019). The implementation of the norms of this Law will contribute to the improvement of the market efficiency in the organic sector.

In determining the essence of the market situation, it is noted that the very type of the market of organic agricultural products has oligopolistic features, which should be taken into account by state institutions, in particular, the antimonopoly committee of Ukraine, in order to prevent abuses and conspiracies both among producers and sellers of organic products, since the main goal is to provide the consumer with high quality and affordable products to improve the quality of life.

**Originality.** The author proposes the definition of the essence of the term "market of organic agricultural products" and the structural and logical scheme of relations between the main participants of the organic market of Ukraine.

**Practical value.** The obtained research results deepen the theoretical aspects of development and provide an opportunity to activate the innovative process of organic agricultural production in Ukraine.

*Ключові слова:* органічна сільськогосподарська продукція, органічне агровиробництво, ринок органічної сільськогосподарської продукції, ефективний розвиток, якість життя.

*Key words:* organic agricultural products, organic agricultural production, market of organic agricultural products, effective development, quality of life.

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Одним із головних питань в розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції в Україні нині є формування ефективної інфраструктури яка забезпечить всіх учасників процесу можливостями раціонально виробляти, транспортувати, реалізовувати та споживати органічну сільськогосподарську продукцію та продукцію отриману після її переробки. Важливою умовою формування і розвитку ефективного функціонування ринку органічної сільськогосподарської продукції виступає наявність якісного інституційного забезпечення, що сприяє формуванню оптимальної інфраструктури, якісному виконанню функції розподілу, нагромадження, маркетингову, комунікаційну тощо.

Якісна інфраструктура була б здатна забезпечити скорочення непродуктивних витрат органічної сільськогосподарської продукції, підвищити її якість, сприяти формуванню оптимальних ринкових цін.

Все вищенаведене обґрунтовує актуальність цього дослідження, що має важливе значення для розвитку як ринку органічного агровиробництва, так і інституціональної системи взагалі в нашій країні та за її межами.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Різні аспекти оцінки стану та розвитку ринку сільськогосподарської продукції знайшли своє відображення в працях багатьох вітчизняних вчених та науковців, зокрема П. Саблука, О.Гудзинського, М. Куницької-Іляш, Т. Лозинської, І.Червена, М.Куліша, П.Гайдучького, В. Месель-Веселяка, В. Гречкосія., І. Гурова та ін.

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

Дослідженню розвитку інституціональних процесів в економіці в цілому і в сільському господарстві зокрема присвячені наукові праці О. Гончаренко, С. Ілляшенко, Л. Антонюка, Н. Апатової, Ю. Бажала, В. Вишневського, В. Гейця, В. Дементьєва, П. М. Леоненко, В.Н. Тарасевича, П. Юхимчука, А. Чухно, Ю. Яковця та інші не менше поважні особистості.

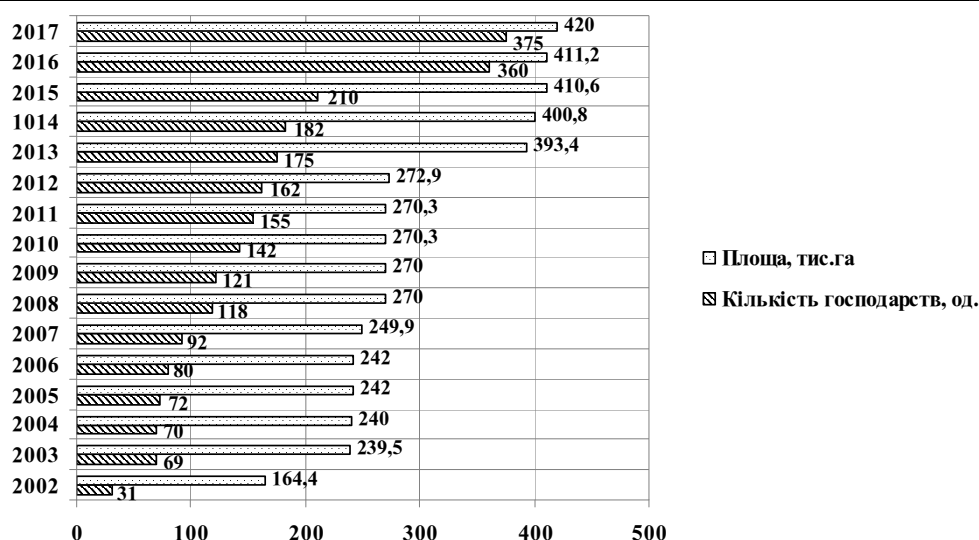


Рис. 1. Кількість підприємств-виробників органічної продукції та площі в їх обробітку в Україні

Джерело: побудовано на основі [6].

Але необхідність удосконалення наявної інфраструктури ринку органічної сільськогосподарської продукції та її ефективний розвиток потребує більш детального удосконалення інституціональних чинників формування ринку органічної сільськогосподарської продукції, що забезпечить товаропостачання якісної сільськогосподарської продукції споживачам.

## ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У матеріалах дослідження, представлених у статті ставиться за мету аналіз інституціональних та інституційних аспектів формування та розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції.

Об'єктом дослідження є стан та розвиток ринку органічної сільськогосподарської продукції України.

Предметом дослідження є сукупність інституціональних чинників, що використовуються та використання яких можливе при формуванні та розвитку органічного агровиробництва в Україні.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розвиток ринку продуктів органічного виробництва є досить актуальним на сьогодні через низку явних екологічних, економічних та соціальних переваг, що притаманні цій сфері діяльності. Сектор виробництва та реалізації органічної продукції України останнім часом характеризується позитивною і сталою динамікою, причому дані тренди співпадають із загальносвітовими.

Згідно з постановою ЄС 834/2007, "Екологічне виробництво утворює комплексну систему управління сільськогосподарськими підприємствами та виробництва продуктів харчування, яка поєднує в собі передову практику екологічного господарювання, підтримання високого рівня видового різноманіття, захист природних ресурсів, застосування високих стандартів у справі захисту тварин і способів виробництва, який враховує той факт, що певні споживачі надають перевагу продукції, виробленої із застосуванням природних речовин і з використанням природних процесів. Екологічний спосіб виробництва грає тим самим подвійну суспільну роль,

оскільки, з одного боку, на специфічному споживчому ринку задовольняє попит на екологічні продукти, а з іншого боку надає суспільні блага, які вносять певний внесок у справу захисту навколишнього середовища і тварин, а також розвитку сільських регіонів" [1].

У свою чергу під органічною продукцією розуміється продукція, отримана в результаті сертифікованого виробництва, причому ця сертифікація на території нашої країни, у зв'язку із вступом в дію прийнятого Закону України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини" (№425-VII, від 3 вересня 2013 року), повинна проводитися виключно у відповідності із цим Законом [1].

Світовий ринок органічних харчових продуктів щороку збільшується на 10-15%, і вже сягнув понад 75 млрд євро [2].

За інформацією Дослідного інституту органічного сільського господарства FiBL (Швейцарія), традиційними лідерами у світі за площами під органічними культурами є Австралія (22,7 млн га), Аргентина (3,1 млн га), США (2,0 млн га), Іспанія (2,0 млн га), Китай (1,6 млн га), Італія (1,5 млн га), Франція (1,4 млн га), Уругвай (1,3 млн га), Індія (1,2 млн га) та Німеччина (1,1 млн га) [2].

Україна має добрі умови для виробництва органічної сільськогосподарської продукції, а саме: наявність великих площ родючих ґрунтів; відносно низький рівень використання хімічних засобів захисту рослин та мінеральних добрив; потенційно великий внутрішній ринок для споживання органічної сільськогосподарської продукції; розвиток органічного руху на території України. Але органічне сільське господарство на теперішній час не завжди є високоефективним [3].

Серед основних причин які стримують ефективність виробництва органічної продукції в Україні необхідно виділити такі: недосконале інституційне забезпечення та відсутність державної фінансової підтримки; інноваційна пасивність більшості виробників та управлінських структур; слабка обізнаність виробників щодо специфіки органічного виробництва та населення щодо переваг органічної продукції; переважання експорту органічної сировини; переробка, виробництво, гуртова

та роздрібна торгівля органічними продуктами споживання все ще перебувають у нерозвинутому стані; дефіцит зерна та інших сільськогосподарських культур органічного походження; недостатня кількість великої рогатої худоби як основного виробника органічних добрив; висока вартість позичкових коштів (відсоткові ставки на сільськогосподарські кредити на рівні 25—29 %); високе техногенне навантаження на площі Центральної та Східної України [4].

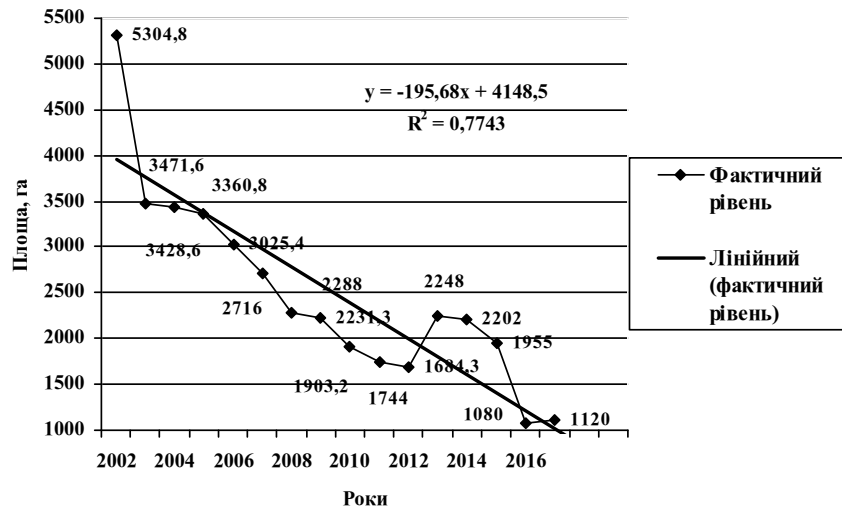
Загальна площа сертифікованих сільськогосподарських угідь в Україні, на яких вирощується органічна продукція з кожним роком зростає (рис. 1). Станом на 2017 р. вона становила 420,0 тис. га, що на 155,5 % більше порівняно з 2002 р. Таке стрімке зростання площ, що обробляються, можна пояснити специфікою економічного розвитку України. У складний період переходу до ринкових відносин деякі поля тут не оброблялися по декілька років. За наявності історії полів і допустимих хімічних показників ґрунту проходження процесу сертифікації виробництва за органічними стандартами займало період до двох років [5].

Позитивна тенденція зберігається і в зміні кількості підприємств, що займаються виробництвом органічної продукції. У 2017 р. їх кількість зросла до 375, що у 12,1 разів більше порівняно з 2002 р.

Українські виробники органічної продукції — це переважно великі підприємства, проте середня площа сільськогосподарських угідь в їх обробітку скорочується з кожним роком. Так, у 2017 р. цей показник становив 1120,0 га, тобто лише 21,1 % порівняно з 2002 р. (рис. 2).

Коефіцієнт регресії в наведеному рівнянні вказує на те, що середньорічне зменшення середньої площі сільськогосподарських угідь українських підприємств-виробників органічної продукції становить 195,68 га. Коефіцієнт детермінації цього рівняння дорівнює 0,774, що свідчить про високий ступінь довіри до прогнозу, складеного за допомогою лінійного тренду [6].

Але концепція ринку продукції включає не тільки стадію виробництва. Загальне поняття "ринку" характеризує сукупність економічних відносин купівлі-продажу товарів і послуг в процесі взаємодії виробників, продавців та споживачів заснованої на механізмі вартісного оцінювання. Він є основним механізмом розподілу товарів та послуг між членами суспільства шляхом добровільного обміну. Об'єктами

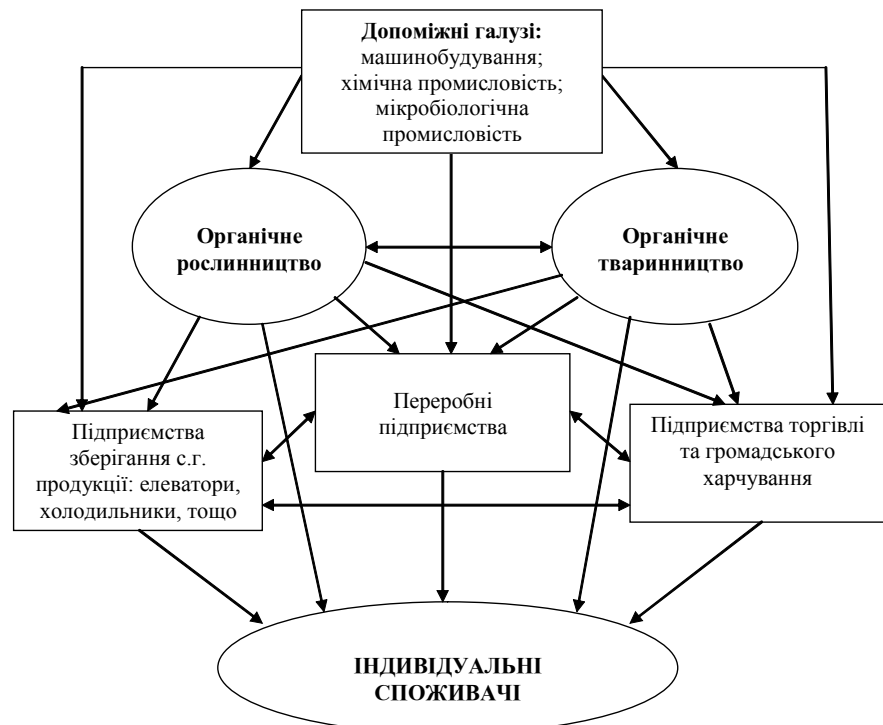


**Рис. 2. Аналітичне вирівнювання середньої площі сільськогосподарських угідь українських підприємств-виробників органічної продукції**

Джерело: побудовано на основі [6].

ринкових відносин виступають різноманітні матеріальні і нематеріальні цінності.

Якщо визначати поняття "ринку органічної сільськогосподарської продукції" то ми пропонуємо розуміти під цим терміном сукупність економічних відносин купівлі-продажу органічної сільськогосподарської продукції в процесі просування останньої від виробників до споживачів заснованому на механізмах обміну та вартісного оцінювання. Об'єктами ринкових відносин ринку органічної продукції виступає органічна сільськогосподарська продукція як елемент кінцевого споживання та як сировина для подальшої переробки.



**Рис. 3. Структурно-логічна схема груп суб'єктів ринку органічної сільськогосподарської продукції**

Джерело: розроблено автором.

**Таблиця 1. Розподіл операторів сертифікованої діяльності суб'єктів з органічного ринку України, 2017 рік**

Регіональна приналежність	Кількість операторів	Регіональна приналежність	Кількість операторів
Україна	426	Миколаївська	13
Вінницька	19	Одеська	38
Волинська	10	Полтавська	18
Дніпропетровська	23	Рівненська	8
Донецька	2	Сумська	7
Житомирська	27	Тернопільська	7
Закарпатська	12	Харківська	29
Запорізька	12	Херсонська	38
Івано-Франківська	9	Хмельницька	21
Київська	58	Черкаська	14
Кіровоградська	14	Чернівецька	4
Луганська	1	Чернігівська	16
Львівська	26	Х	Х

Джерело: побудовано на основі [7].

Нині в Україні налічується 429 операторів органічного ринку, 375 із них — виробники, решта — трейдери, переробники, заготівельники так званих дикоросів. Близько 80% української продукції торік експортовано на понад \$60 млн. Її лівова частка йде до країн ЄС, Швейцарії, решта — США, Австралії, Канади, країн Азії. [5]. На жаль, статистична інформація, що характеризує розвиток ринку органічної продукції дуже розрізнена і не завжди співпадає по різних джерелах.

Що стосується структури груп суб'єктів що формують ринок органічної сільськогосподарської продукції то схематично її представлено на рисунку 3.

У запропонованій нами структурно-логічній схемі представлено всі основні групи стейкхолдерів виробництва, просування та споживання органічної сільськогосподарської продукції. При цьому інституційні чинники повинні впливати на кожен складову позицію визначеної схеми забезпечуючи сталий та ефективний розвиток органічного агровиробництва та просування органічної продукції до споживача.

Одним із складних питань розвитку органічного ринку є неврегульованість нормативно-правової бази, що ускладнює роботу вітчизняних органічних виробників. Необхідно відзначити, що прийнятий ще в 2013 році Закон України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини" є недієвим (Цей Закон діє в Україні до 01 серпня 2019 р.). Положення Закону є недосконалі та не в повній мірі відповідають законодавству ЄС у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. Це негативно впливає на функціонування вітчизняного ринку органічної сільськогосподарської продукції, формує негативний імідж українського органічного виробництва на світовому ринку, що створює різного роду бар'єри для виробників-експортерів; споживач незахищений від фальсифікату "органіки", а виробник — від недобросовісної конкуренції.

На вимогу цього Закону, вже прийнято ряд нормативно-правових актів:

— Постанова КМУ від 30.09.2015 № 980 "Про затвердження Детальних правил виробництва органічних морських водоростей";

— Постанова КМУ від 30.09.2015 № 982 "Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) аквакультури";

— Постанова КМУ від 09.12.2015 № 1023 "Про затвердження переліків вхідних продуктів, які дозволяється зберігати у виробничому підрозділі";

— Постанова КМУ від 23.03.2016 № 208 "Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) бджільництва";

— Постанова КМУ від 30.03.2016 № 241 "Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) тваринного походження";

— Постанова КМУ від 08.08.2016 № 505 "Про затвердження Порядку ведення Реєстру виробників органічної продукції (сировини)";

— Постанова КМУ від 31.08.2016 № 587 "Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) рослинного походження";

— Наказ Мінагрополітики від 25.12.2015 № 495 "Про затвердження державного логотипу для органічної продукції (сировини)", зареєстрований в Мін'юсті 19.01.2016 за № 99/28229.

З метою удосконалення інституційного регулювання органічного виробництва, зберігання, транспортування обігу та маркування органічної продукції та адаптації вимог органічного законодавства до права ЄС (оскільки більше 70% органічної продукції виробленої в Україні експортується до країн ЄС) Верховною Радою України був прийнятий новий Закон України "Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції" (№ 2496-VIII, набрав чинності 02 серпня 2018 р., вступає в дію з 02 серпня 2019 р.).

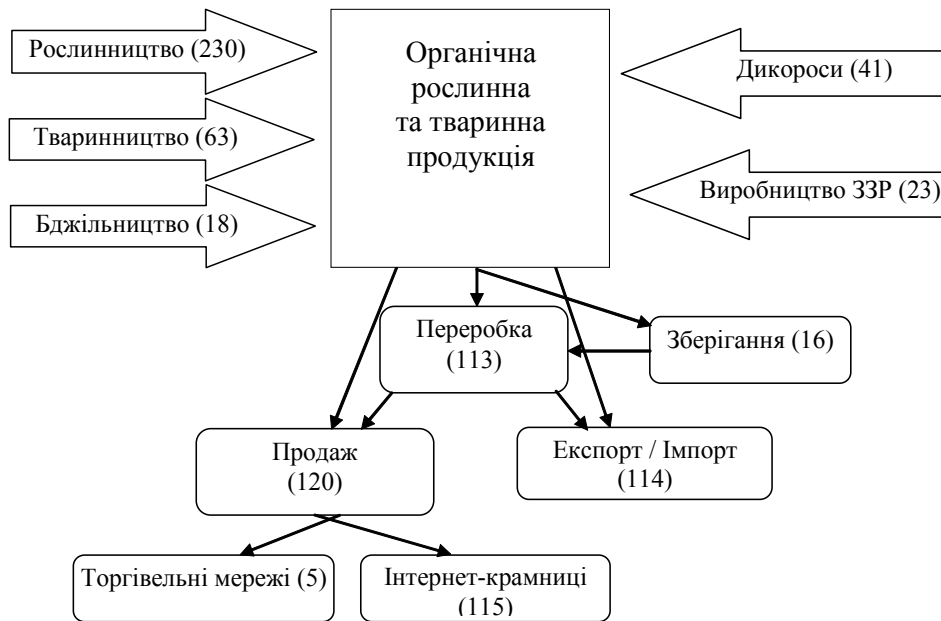
У новоприйнятому Законі враховані директиви й регламенти ЄС, що дозволить адаптувати українське законодавство до європейського; удосконалено вимоги до виробництва, маркування та обігу органічної продукції; та внесено інші вимоги як для виробників, так і інших потенційних суб'єктів ринку органічної сільськогосподарської продукції та органів сертифікації та контролю [6].

На теперішній час більшість органічних операторів в Україні сертифіковані за органічним стандартом ЄС, що є еквівалентним Регламентам ЄС 834/2007 та 889/2008 та застосовується як для експорту органічної продукції, так і на внутрішньому ринку.

За даними опитування усіх українських експортерів органічної продукції, проведеного органом сертифікації "Органік Стандарт", обсяг експорту становив близько 300 тис. т на суму понад \$65 млн у 2016 році. На внутрішньому ринку за цей період реалізовано продуктів на €21 млн, що приблизно дорівнює €0,5 на особу [5].

Українські органічні оператори також часто сертифіковані відповідно до Національної органічної програми США (NOP). Інші органічні стандарти, які використовують в Україні: Bio Suisse (Біо Свісс, Швейцарія), Bioland (Біоланд, Німеччина), Naturland (Натурланд, Німеччина), COR (Канада), Soil Association (Велика Британія) та KRAV (Швеція).

Інфраструктурне забезпечення виробництва органічної продукції має регіональні особливості, які зале-



**Рис. 4. Учасники ринку органічної продукції України, 2017 р.**

Джерело: побудовано на основі [7] та власних дослідженнях автора.

жать від виду сертифікованої діяльності суб'єкта господарювання та їх концентрації (табл. 1).

Цілком логічно, що суб'єкти господарювання, які так або інакше пов'язані з виробництвом та просуванням органічної продукції, будуть сприяти формуванню відповідної інфраструктури, яка здатна забезпечити повторюваність процесу. Інфраструктурне забезпечення сектору чи галузі має включати в себе інформаційний елемент, для забезпечення процесу саморегуляції та зовнішньої і внутрішньої комунікації. Інформаційний елемент став на заваді стрімкому поширенню в Україні у 2010—2017 рр. масової появи псевдо органічної продукції, боротьба проти якої полягала у формуванні інформаційного простору щодо ідентифікації справжньої продукції сертифікованої за органічними стандартами, а також місць її придбання. Результатом такого виклику перед інституціями, що піклуються про оригінальність органічних продуктів, а також піклуються про її споживачів, став ряд діючих проектів і Інтернет середовище.

З усіх підприємств, які представляють сектор органічного агровиробництва, більшість є товариствами з обмеженою відповідальністю (54,9 %), крім того, 12,1 % — фермерських господарств, 11,0 % — приватних підприємств та 9,8 % — фізичних осіб підприємців. Кількість особистих селянських господарств складає лише 4 %, тобто 7 одиниць. Організаційно-правова форма підприємства свідчить про потенційні можливості суб'єкта господарювання у напрямку організації діяльності, пошуку та залученню фінансових ресурсів, обсягу виробництва та іміджу. Це підтверджується і проведеними нами дослідженнями серед представників органічного ринку, а саме:

— серед усіх 95 товариств з обмеженою відповідальністю 57 (60 %) — займаються більше ніж одним видом діяльності, і з них 39 — не є виробниками сертифікованої органічної продукції, засобів захисту рослин, добрив. Як правило, це суб'єкти господарювання, які

займаються зберіганням та переробкою органічної продукції, надають консультативні послуги;

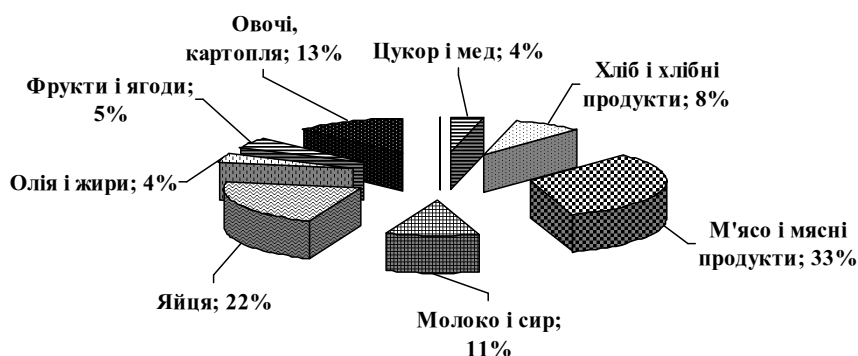
— 86 % фермерських господарств займаються одним видом діяльності, 72 % господарств займаються виключно виробництвом продукції рослинництва, а 19 % — виробництвом продукції як рослинництва, так і тваринництва;

— всі особисті селянські господарства займаються одним видом діяльності, яка безпосередньо пов'язана з виробництвом органічної продукції, переважно рослинництвом.

Важливою складовою маркетингу органічної продукції є формування каналів її розподілу. Закордонний досвід свідчить, що у сфері збуту органічної продукції значно поширені прямі канали розподілу, хоча основні обсяги продажу здійснюються через сферу роздрібної торгівлі. Прямі канали розподілу органічних продуктів харчування характерні і для України (така форма збуту особливо поширена при реалізації селянами овочів, молока та молочної продукції) та користується тут особливою популярністю. Такі канали розподілу органічної продукції орієнтовані насамперед на споживачів з невисоким та середнім рівнем доходів.

Станом на 2017 рік ланцюг постачання органічної продукції складають 375 виробників, 16 зберігачів, 113 переробників, 114 експортер/імпортер органічної продукції, а також 120 суб'єкти, що займаються реалізацією органічної продукції, 5 торговельні мережі, які позиціонують себе як ті, що реалізують виключно органічну продукцію, а також 115 Інтернет-крамниць (рис. 4).

Потрібно зазначити що при формуванні функцій виробництва та розподілу в багатьох випадках один і той же ринковий суб'єкт може займатися одночасно декількома видами діяльності. При цьому існує достатня проблема в контролі за діяльністю Інтернет-крамниць, що реалізують органічну продукцію. По-перше, це умови зберігання органічної продукції, а також питання, правового регулювання їх діяльності та відповідальності перед покупцем та державою.



**Рис. 5. Структура потенційного ринку органічної продукції України**

Джерело: побудовано на основі [10].

За останні кілька років Україна стала важливим постачальником органічної продукції на західні ринки. Основна органічна продукція, котра експортується з України — це зернові, олійні та бобові культури, дикорослі ягоди, гриби, горіхи та лікарські трави.

Головними 11 країнами-імпортерами (за обсягом) української органічної продукції операторів, сертифікованих усіма органами сертифікації, є Нідерланди, Німеччина, Великобританія, Італія, Австрія, Польща, Швейцарія, Бельгія, Чехія, Болгарія та Угорщина.

Українські виробники також експортують вироблену продукцію до США, Канади, Австралії та деяких країн Азії. Україна слідує світовому тренду "місцевий + органічний" і вже має кілька історій успіху українських експортерів продукції, котра має маркування "органічна" та "регіональна" (з Українських Карпат) [8].

До основної органічної продукції, яку з України експортують, належать зернові, бобові, олійні, баштанні культури, ягоди, овочі, зелень, фрукти, м'ясо, гриби, горіхи, мед. Експортована продукція використовується як сировина і частково повертається в Україну у вигляді вже готової продукції. При цьому споживачі сплачують частку додаткової вартості країні, яка провела процес доробки даної продукції.

Крім індивідуальних виробників та переробників органічної продукції, в Україні є і кооперативи. Деякі з них створені за підтримки міжнародних благодійних

організацій, наприклад МБФ "Добробут Громад". Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація (СОК) — основа мобілізації сільських громад для вирішення спільних економічних та соціальних проблем. Саме на основі СОК реалізується функція економічної самоорганізації та об'єднання сільських родин, створюються механізми захисту інтересів кооперативу та громади села [9].

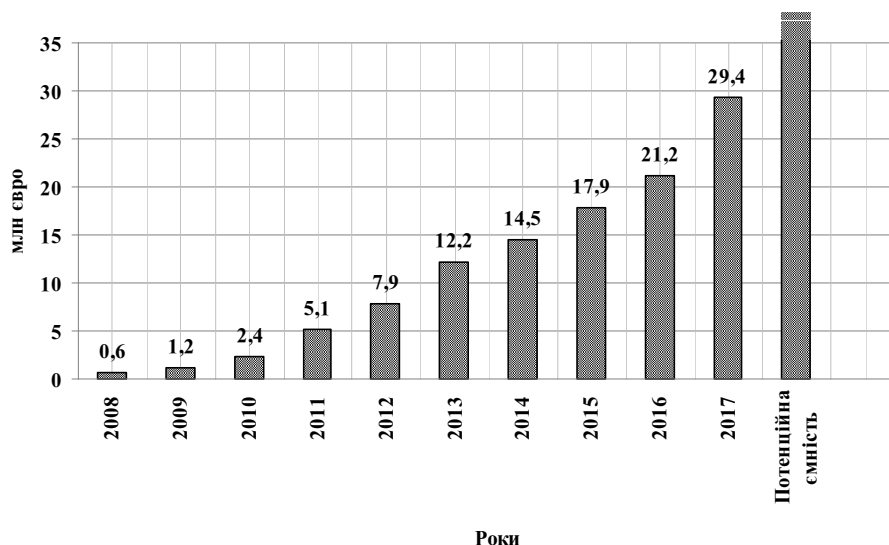
За даними ННЦ "Інститут аграрної економіки", потенційний обсяг вітчизняного ринку органічної продукції за основними видами продукції становить

3,7 млрд Євро, або 39 млрд грн, а структура потенційного ринку відображена на рисунку 5 [4].

Але враховуючи той факт, що сукупні витрати домогосподарств на харчування у 2017 р. становили 48,4% за граничного показника 60 %, переорієнтація споживачів на споживання органічної продукції представляє достатньо складною, бо призведе до додаткових витрат, оскільки ціна на органічну продукцію вища, ніж на звичайну. Разом з тим зазначимо, що порівняно з країнами, що розвиваються, Україна має достатній потенціал у забезпеченні необхідного рівня продовольчої безпеки [10].

Органічна продукція в Україні реалізується як через звичайні, так і Інтернет-крамниці, зокрема в звичайних торговельних мережах ("Сільпо", "Metro", "Мега-маркет", "Billa", "Велика кишеня", "Фуршет", "Fozzy", "Екомаркет") і спеціалізованих ("Еко-Шик" та "Натур Бутік"). В Україні налічується близько 150 крамниць з реалізації органічної продукції. В основному ринок такої продукції сконцентровано у великих містах — Києві, Дніпропетровську, Донецьку, Одесі, Львові, Харкові [6].

Лідером на українському ринку є, безперечно, національний товаровиробник. 56 Інтернет-крамниць (80%) пропонують покупцям саме українську продукцію, 29 — продукцію Німеччини, 19 — Росії, 15 — США, 11 — Італії.



**Рис. 6. Обсяг споживання органічної продукції в Україні та її потенційний обсяг**

Джерело: побудовано на основі [6].

**Таблиця 2. Кількість та активність окремих представників ринку органічного агровиробництва України в відкритих соціальних мережах, 2019 рік**

Назва організації	Місце знаходження	Кількість учасників групи (або кількість осіб які підписалися на ресурс)	Кількість вподобань	Активність (раз в тиждень, 15 днів, 1 місяць, 2 місяці, 1 рік)
Facebook				
ВГО «Клуб органічного землеробства»	Київ	5760	5349	раз в тиждень
ВГО «Жива планета»	Київ	634	597	раз в 2 місяці
ВЕГО «МАМА-86»	Київ	454	454	раз в 2 місяці
Organic UA	Київ	3871	3892	щодня
Органічна Україна (спілка виробників органічних продуктів)	Київ	2935	2782	щодня

Джерело: складено на основі досліджень автора.

Як свідчить досвід країн, де сформувався і активно розвивається ринок органічної продукції, структура каналів її збуту є індивідуальною і відрізняється в кожній країні. Привертає увагу те, що понад 12 % усіх потенційних покупців органічної продукції готові купувати її з доставленням додому, априорі, в Інтернет-крамницях [6].

Збільшується використання вітчизняними представниками ринку органічного агровиробництва відкритих соціальних мереж мінімальне. Так, у найпопулярнішій відкритій соціальній мережі Facebook станом на 22.01.2019 р. було зареєстровано 67 учасники ринку органічного агровиробництва. Найбільша активність у соціальних мережах за Organic UA, бо інформація на її сторінці оновлюється в середньому щодня, а це означає, що близько 10 тисяч учасників соціальної мережі, за бажання, постійно отримують оновлену інформацію (табл. 2).

Така низька присутність органічних виробників у соціальних мережах негативно відображається, перш за все, на самих виробниках, бо вони втрачають можливих додаткових споживачів.

Для розгляду подальших досліджень щодо поліпшення організації розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції треба зазначити що сам вид ринку, на теперішній час і на нашу думку, є олігополістичним, а по окремих позиціях і монополістичним, тобто на цьому ринку неможливо забезпечити однакові умови розвитку для всіх підприємств аграрної галузі.

Олігополія — така ринкова модель, яка характеризується наявністю на ринку кількох підприємств, які при формуванні своєї політики повинні враховувати реакції своїх конкурентів. Олігополія в органічному сільськогосподарському виробництві виникла, на нашу думку, внаслідок певних природних регіональних особливостей, історичних особливостей технологій обробки ґрунту, а також у зв'язку з наявністю різних інших бар'єрів об'єктивного та суб'єктивного характеру.

Дійсно олігополія — це така структура ринку, при якій в одній галузі домінує невелика кількість конкуруючих фірм, при цьому хоча б одна або дві з них, виробляють значну долю продукції даної галузі, а поява нових продавців ускладнена чи неможлива. Товар, реалізований олігополістичними фірмами, може бути як диференційованим, так і стандартизованим.

На таких ринках декілька або й усі фірми у довгостроковому часовому масштабі одержують значні прибут-

ки, оскільки вхідні бар'єри ускладнюють або унеможливають вхід підприємств-новачків до ринку.

Зазвичай до олігополістичних галузей належать автомобільна, сталеплавильна, нафтохімічна, електротехнічна та комп'ютерна, але, на нашу думку, на теперішній час, розвиток ситуації щодо виробництва і розподілу органічної сільськогосподарської продукції сформував у світі так і Україні олігополістичні та монополістичні тенденції ринкової ситуації щодо органічної сільськогосподарської продукції, що практично не враховуються державними інституційними структурами.

Отже, стає зрозумілою практична відсутність статистичної інформації щодо виробництва та розподілу органічної сільськогосподарської продукції, оскільки це може суттєво вплинути на конкурентоспроможність підприємств, оскільки на олігополістичних ринках окремі підприємства можуть впливати на ціну завдяки великій долі своєї продукції у загальній кількості товару. Зазвичай олігополії захищають бар'єрами для входу на ринок, схожими з тими, котрі існують для монополістичних фірм. Те саме відбувається на теперішній час з можливістю виробляти органічну сільськогосподарську продукцію. При цьому найбільший заробіток, на нашу думку, є у сертифікуючих та контролюючих органів, які і виконують функцію бар'єру і сприяють формуванню олігополістичного ринку органічної сільськогосподарської продукції використовуючи природну та історичну олігополію, в разі якої має місце ситуація, коли кілька підприємств можуть поставляти продукцію відповідної якості для всього ринку при більш низьких довгострокових витратах, чим були б у багатьох підприємств, що вирішили б на теперішній час займатися органічним агровиробництвом.

## ВИСНОВКИ ТА ПОДАЛЬШІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні ставить вимоги для підприємств усіх галузей, включаючи і традиційне сільське господарство, звертатися до нових сучасних методів виробництва сільськогосподарської продукції, враховуючі ту користь, яку продукція сільськогосподарського виробництва повинна нести споживачам. Одним із таких напрямів розвитку аграрної сфери є створення й реалізація проектів органічного (природного) агровиробництва.

Нині в Україні налічується 429 операторів органічного ринку, 375 із них — виробники, решта — трейде-



ри, переробники, заготівельники так званих дикоросів. Близько 80% української продукції торік експортовано на понад \$60 млн. Її левова частка йде до країн ЄС, Швейцарії, решта — США, Австралії, Канади, країн Азії. На жаль, статистична інформація що характеризує розвиток ринку органічної продукції дуже розрізнена і не завжди співпадає по окремих джерелах.

Одним із складних питань розвитку органічного ринку є неврегульованість інституціональної бази, що ускладнює роботу вітчизняних органічних операторів. Необхідно відзначити, що прийнятий в 2013 році Закон України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини" є надієм та потребував термінового доопрацювання.

З метою удосконалення інституційного регулювання органічного виробництва, Верховною Радою України був прийнятий новий Закон України "Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції" (№ 2496-VIII, набрав чинності 02 серпня 2018 р., вступає в дію з 02 серпня 2019 р.). Виконання норм цього Закону буде сприяти підвищенню ефективності ринкової ситуації в органічному секторі.

При визначенні сутності ринкової ситуації та напрямку подальших досліджень потрібно зазначити що сам вид ринку органічної сільськогосподарської продукції має ознаки олігополістичного. Олігопольність, а в окремих випадках і монопольність структури ринку органічної сільськогосподарської продукції треба враховувати державним інституціям, зокрема антимонопольному комітету України, для унеможливлення зловживать та зговорів як серед виробників та продавців органічної продукції, адже головна мета в забезпеченні споживача якісною та доступною продукцією для покращення якості життя.

Подальші наші дослідження будуть направлені на отримання пропозицій щодо формування ринку органічної сільськогосподарської продукції як ринку вільної конкуренції.

#### Література:

1. Безус Р.М. Соціальні мережі у просуванні продукції органічного агровиробництва / Р.М. Безус // Економіка АПК. — 2013. — № 5. — С. 25—30.
2. Global organic farming statistics and news. Available at: <http://www.organic-world.net>
3. Саблук П.Т. Розвиток інституцій удосконалення механізму реформування аграрного сектору економіки / П.Т. Саблук // Економіка АПК. — 2010. — № 10. — С. 3—10.
4. Лупенко Ю.О. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / Ю.О. Лупенко; за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. — К.: ННЦ "ІАЕ", 2012. — 182 с.
5. Ринок органічної продукції в Україні // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/agro/podiia/item/9994-rynok-orhanichnoi-produktsii-v-ukraini.html>
6. Сайт Федерації органічного руху України // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>.

7. Organic Market Development in Ukraine. Available at: <https://ukraine.fibl.org/en/ua-about-project.html>

8. European Organic Farming Statistics. Available at: <http://www.organic-europe.net>

9. Безус Р.М. Роль органічного агровиробництва в розвитку сільських територій / Р.М. Безус // Фізико-економічні засади збалансованого розвитку агросфери (до 150-річчя від дня народження В.І. Вернадського): збірник матеріалів Міжнар. науково-практ. конф. (м. Київ, 11 квітня 2013 р.). — К.: ННЦ ІАЕ, 2013. — С. 211—214.

10. Гусев С. Половина грошей — на їжу: скільки заробляють і на що витрачають українці // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ukr.segodayna.ua/economics/enews/skolko-zarabatyvayut-i-na-chto-tratyat-ukraincy-1117848.html>

#### References:

1. Bezus, R.M. (2013), "Social Networks in promoting the production of organic agricultural production", *Ekonomika APK (The economy of AIC)*, vol. 5, pp. 25—30.
2. Global organic farming statistics and news (2019), Available at: <http://www.organic-world.net> (Accessed 20 Jan 2019).
3. Sabluk, P. T. (2010), "Development institutions to improve the mechanism of reforming the agricultural sector", *Ekonomika APK*, vol. 10, pp. 3—10.
4. Lupenko, Yu.O. and Mesel'-Veseliak, V.Ya. (2012), *Stratychichni napriamy rozvytku sil's'koho hospodarstva Ukrainy na period do 2020 roku* [Strategic directions of development of agriculture of Ukraine for the period till 2020], NNTs "IAE", Kyiv, Ukraine.
5. The organic products market in Ukraine (2019), Available at: <http://agro-business.com.ua/agro/podiia/item/9994-rynok-orhanichnoi-produktsii-v-ukraini.html> (Accessed 20 Jan 2019).
6. The site of the Federation of Organic Movement of Ukraine (2019), Available at: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29> (Accessed 20 Jan 2019).
7. Organic Market Development in Ukraine (2019), Available at: <https://ukraine.fibl.org/en/ua-about-project.html> (Accessed 20 Jan 2019).
8. European Organic Farming Statistics (2019), Available at: <http://www.organic-europe.net> (Accessed 20 Jan 2019).
9. Bezus, R.M. (2013), "The role of organic farming in the development of rural areas", *Fizyko-ekonomichni zasady zbalansovanoho rozvytku ahrosfery (do 150-richchia vid dnia narodzhennia V.I. Vernads'koho)*. *Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia* [Physical and economic principles of balanced development of the agrosphere (to the 150th anniversary of VI Vernadsky's birth). International scientific and practical conference], NNZ IAE, Kyiv, Ukraine, pp. 211—214.
10. Husiev, S. (2018), "Half of the money — for food: how much earn and spend on Ukrainians", Available at: <https://ukr.segodayna.ua/economics/enews/skolko-zarabatyvayut-i-na-chto-tratyat-ukraincy-1117848.html> (Accessed 20 Jan 2019).

Стаття надійшла до редакції 26.01.2019 р.