

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 1.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.1.31>**

**УДК 338.43.01: 631.147**

*I. A. Білоткач,*

*к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародного маркетингу,*

*Університет імені Альфреда Нобеля*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8535-9252>*

## **РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

*I. Bilotkach,*

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Marketing, Alfred Nobel University*

## **DEVELOPMENT OF A COMPETITIVE MARKET FOR ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS IN UKRAINE**

*У статті досліджено сутність категорії конкурентоспроможного ринку органічної агропромислової продукції України та сучасний стан організації органічного агробізнесу.*

*Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження є діалектичний та аналітичний підхід до вивчення існуючих тенденцій виробництва органічної агропромислової продукції України та особливостей розвитку і регулювання інституціонального забезпечення ефективної конкурентоспроможної діяльності органічного агробізнесу в Україні.*

*Стверджується, що одним з основних напрямів отримання споживачами якісних сільськогосподарських продуктів є виробництво та просування органічної агропромислової продукції. Є чіткі ознаки того, що виробництво органічної продукції в Україні має значний вплив на економічний розвиток держави як у міських, так і в сільських громадах. Проте в повній мірі потенціал органічного агробізнесу в країні ще не реалізовано.*

*Наголошується, що не зважаючи на відсутність єдиного державного джерела статистичних даних про виробництво органічної продукції в Україні, розвиток органічного виробництва здійснювався скоріше в супереч підтримки держави, а ніж завдячуючи їй. Виробники органічної продукції змушені були самотійно вирішувати проблеми браку коштів в період воєнного стану і розраховувати лише на прибутки майбутніх періодів від експорту виробленої ними продукції.*

*У статті розглядається питання розвитку виробництва та розподілу органічної агропромислової продукції українських виробників. Проведено аналіз виробничого потенціалу органічної агропромислової продукції України. Зазначено що розвитку органічного агропромислового виробництва в Україні та збільшенню експорту конкурентоспроможної органічної продукції будуть сприяти наступні умови: подальше удосконалення інституціональних чинників для функціонування операторів органічного ринку; розширення інструментів і масштабів державної підтримки у сфері органічного виробництва та обігу органічної продукції.*

*Запропоновано використання у аналітичній діяльності авторську методичку оцінки конкурентоспроможності маркетингової системи виробництва та розподілу органічної агропромислової продукції, яку можливо використовувати для оцінки та постійного моніторингу рівня конкурентоспроможності органічної агропромислової системи як в межах України так і за кордоном. Також пропонується авторська система градації маркетингової конкурентоспроможності органічного агробізнесу, на нашу думку, доцільно застосовувати при формуванні інституціональних*

*обмежень в нормативних документах регламентуючих обіг органічної продукції*

*Отримані результати дослідження поглиблюють теоретичні та прикладні аспекти інституціонального розвитку і забезпечують можливість активізації маркетингового процесу органічного агровиробництва в Україні.*

*The article examines the essence of the category of the competitive market of organic agribusiness in Ukraine and the current state of the organization of organic agribusiness.*

*The theoretical and methodological basis of the research is a dialectical and analytical approach to studying existing trends in the production of organic agribusiness products in Ukraine and the features of the development and regulation of institutional support for the effective competitive activity of organic agribusiness in Ukraine.*

*It is argued that one of the main directions for consumers to obtain quality agricultural products is the production and promotion of organic agribusiness products. There are clear signs that the production of organic products in Ukraine has a significant impact on the economic development of the state in both urban and rural communities. However, the full potential of organic agribusiness in the country has not yet been realized.*

*It is emphasized that despite the lack of a single state source of statistical data on the production of organic products in Ukraine, the development of organic production was carried out rather in defiance of state support than thanks to it. Organic producers were forced to independently solve the problems of lack of funds during the martial law period and rely only on future profits from the export of their products.*

*It is proposed to use in analytical activities the author's methodology for assessing the competitiveness of the marketing system of production and distribution of organic agricultural products, which can be used to assess and*

*constantly monitor the level of competitiveness of the organic agricultural production system both in Ukraine and abroad. The author's system for assessing the marketing competitiveness of organic agribusiness is also proposed, which, in our opinion, is advisable to apply when forming institutional restrictions in regulatory documents regulating the circulation of organic products.*

*The obtained research results deepen the theoretical and applied aspects of institutional development and provide the opportunity to activate the marketing process of organic agricultural production in Ukraine.*

***Ключові слова.*** *Органічне агровиробництво, маркетингове середовище, виробничий потенціал, розвиток, конкурентоспроможність, система.*

***Keywords.*** *Organic agricultural production, marketing environment, production potential, development, competitiveness, system.*

***Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.*** Розвиток конкурентоспроможного економічного середовища має вирішальне значення для створення робочих місць та забезпечення доходу товаровиробників в економіці України. Виробництво ж якісної та корисної продукції забезпечує підвищення попиту на товари агропромислового виробництва. Одним з напрямів отримання споживачами якісних сільськогосподарських продуктів є виробництво та просування органічної агропромислової продукції. Є чіткі ознаки того, що виробництво органічної продукції має значний вплив на економічний розвиток як у міських, так і в сільських громадах. Проте в повній мірі потенціал органічного агробізнесу в Україні ще не реалізовано.

Не зважаючи на те що ринок органічної агропромислової продукції є ринком виробника, є нагальна потреба в розробці та впровадження дієвих інституціональних вдосконалень в існуючі економічні механізми для забезпечення оптимізації пов'язаних економічних процесів що зробить їх

більш конкурентоспроможними на зовнішніх ринках органічної агропромислової продукції України.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* В наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних фахівців на високому рівні розглядалися як теоретичні так і прикладні категорії розвитку ринку органічної агропромислової продукції та питання його конкурентоспроможності.

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, С.В. Милованов, Т.О. Зайчук, Т.Г. Дудар та інші науковці.

Дослідженню розвитку інституціональних процесів в економіці в цілому і в сільському господарстві зокрема присвячені наукові праці О. Гончаренко, С. Ілляшенка, 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 інших не менше поважних особистостей.

Теоретичні аспекти конкуренції та конкурентоспроможності досліджено у таких закордонних науковців як А. Сміт, Д. Рікардо, Й. Шумпетер, М. Портер, Д. Сакс, П. Хейне. Значний вклад у визначення засад конкурентоспроможності зробили українські науковці О. Амоша, О. Гавриш, Д. Лук'яненко, Л. Пронкіна, Н. Тарнавська та багато інших.

Слід зазначити, що у працях цих авторів розглянуто питання чинників формування та розвитку конкурентоспроможного аграрного бізнесу, роль виробничих аспектів як сільськогосподарської продукції взагалі так і органічної сільськогосподарської продукції та продукції її переробки, приділено увагу процесам просування продукції, наведено характеристики методів виведення продукції на ринок, викладено питання планування окремих заходів просування. Проте не досить дослідженим є система актуальних показників органічного агровиробництва, розподілу, переробки

та просування української органічної продукції від виробників до споживачів, що і обумовлює актуальність проведених досліджень.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** У матеріалах дослідження, представлених у статті полягає в узагальненні складових комерційної діяльності в сфері органічного агропромислового виробництва України, її складові елементи, структуру, ефективність, конкурентоспроможність; наданні аналітичні характеристики сформованій системі інституцій щодо органічної агропромислової продукції; узагальненні наукового досвіду щодо подальшого удосконалення конкурентоздатної системи для сталого розвитку органічного агробізнесу в Україні.

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

Предметом дослідження є сукупність економічних чинників, що характеризують діяльність виробників та інших операторів ринку органічної агропромислової продукції України та впливають на їх ефективність та конкурентоспроможність.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Не зважаючи на те, що органічне виробництво в Україні існує з 90-х років, держава визнала його як таке лише в 2013 році з прийняттям Закону України “Про виробництво й обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини”, який діяв до 02 серпня 2019 року. З визначеної дати вступив в законну силу новий Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» (№ 2496-VIII, набрав чинності 02 серпня 2018 р.).

У новому законі повністю враховані директиви та регламенти ЄС, що дозволяє адаптувати українське законодавство до європейських стандартів. В ньому вдосконалено вимоги до виробництва, маркування та обігу органічної продукції, а також вилучено пункти, що стосуються оцінки земель для органічного виробництва, які не відповідали міжнародній практиці. Принципи сертифікації виробництва зазнали суттєвих змін, а вимоги до

органів сертифікації та інспекторів з органічного виробництва були значно покращені. Визначено відповідальність за порушення законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування продукції як для виробників, так і для сертифікаційних органів. Зокрема, реалізація продукції без сертифіката, що підтверджує відповідність виробничих процесів та обігу вимогам законодавства в цій сфері, призводить до накладення штрафу на юридичних осіб у розмірі восьми мінімальних заробітних плат, а на фізичних осіб-підприємців – у розмірі п'яти мінімальних заробітних плат.

Наразі експерти робочої групи при Мінагрополітики разм з експертами в сфері органічної продукції, займаються удосконаленням нормативно-правових актів, що стосуються органічного виробництва. Це є важливим для функціонування органічного ринку, особливо з метою приведення їх у відповідність до нового регулювання ЄС, яке набрало чинності з 1 січня 2022 року.

Саме повільна реакція законодавчої гілки влади на визнання виробництва органічної продукції як такої, а також відсутність відповідних підзаконних нормативних документів створили передумови «не існування» органічного виробництва для держави. І навіть після прийняття цілої низки нормативних актів, які регламентують виробництво та обіг органічної агропромислової продукції, в Україні відсутня офіційна державна статистична інформація про виробництво органічної продукції [1], а всі дані про неї акумульовані в приватних сертифікаційних компаніях та міжнародних організаціях.

Якщо розглядати потенціал органічного агропромислового виробництва, то потрібно відмітити, площа сертифікованих сільськогосподарських угідь в Україні, на яких вирощується органічна продукція, до 2019 року мала постійну тенденцію до зростання (рис. 1). Станом на 2019 р. вона становила 467,9 тис. га, що на 184,6 % більше порівняно з 2002 р. Таке стрімке зростання площ, що оброблялися органічним способом, пояснювалось специфікою економічного розвитку України. У

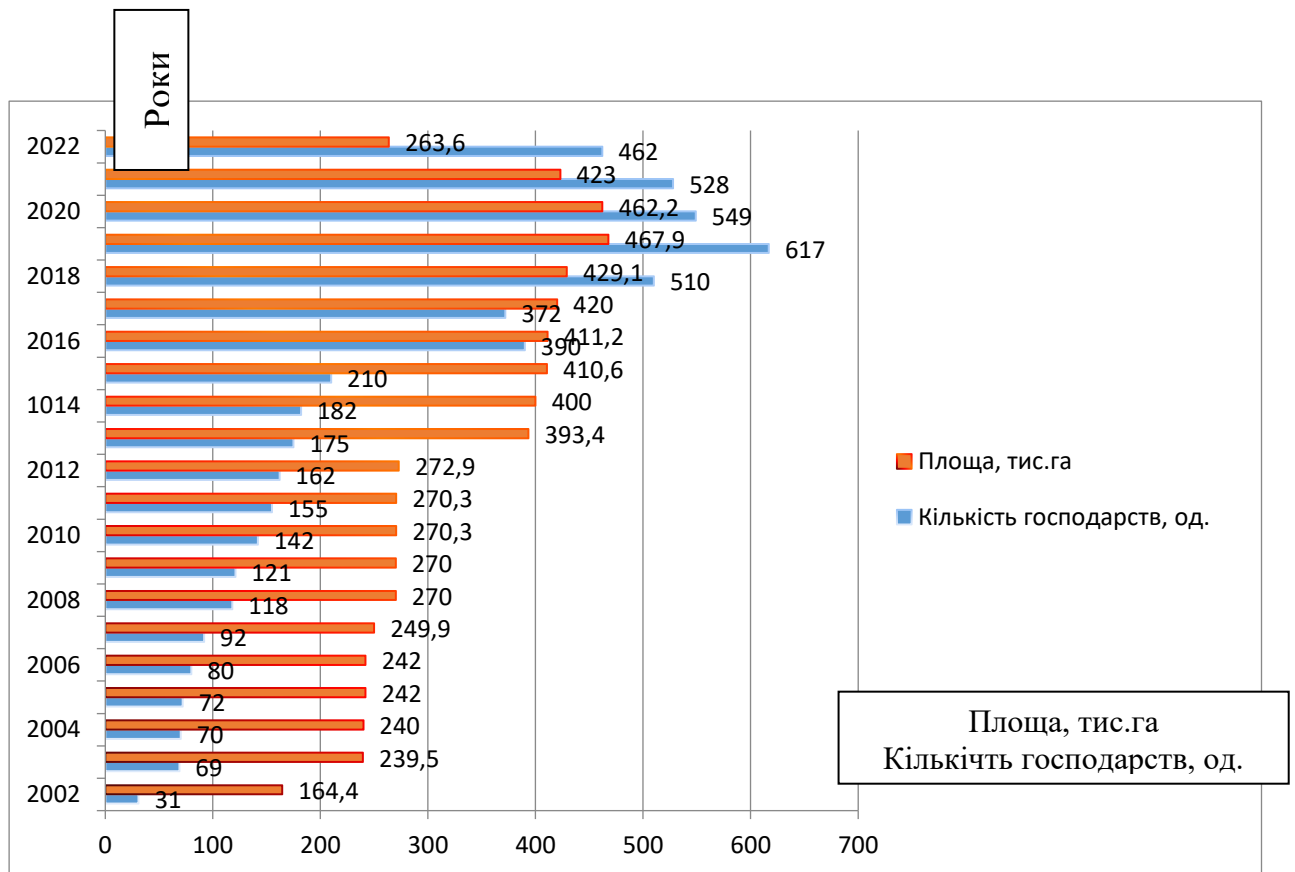
складний період переходу до ринкових відносин деякі поля тут не оброблялися по декілька років. За наявності історії полів і допустимих хімічних показників ґрунту проходження процесу сертифікації виробництва за органічними стандартами займало період до двох років. З 2019 року, у зв'язку з негативними економічними обставинами, які були пов'язані з карантинними обмеженнями, а з 2022 року з факторами широкомасштабного вторгнення, площі сільськогосподарських угідь що використовувались у органічному виробництві різко скоротилися і склали у 2022 році 263,6 тис. га., що складає 56,3% від площі 2019 року.

Аналогічна тенденція відмічається і в зміні кількості підприємств, що займаються виробництвом органічної продукції. У 2019 р. їх кількість зросла до 617, що було майже у 20 разів більше порівняно з 2002 р. У 2022 році кількість підприємств України, які зареєстровані як виробники органічної агропромислової продукції, скоротилася до 462 підприємств, що складає 74,8% від рівня 2009 року.

Важливим моментом при характеристиці вітчизняного органічного агровиробництва залишається те, що його розвиток здійснюється за мінімальної фінансової підтримки держави. І для виробників чинним законодавством не передбачено ані фінансової допомоги, ані компенсації за впровадження органічних технологій чи отримання сертифікатів. Хоча, як свідчить світовий досвід, саме фінансова підтримка держави стимулює збільшення кількості органічних виробників, розвиток ринку органічного агровиробництва та його структури.

Більшість органічних господарств України розташовані в Київській, Одеській, Херсонській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Житомирській областях. Розміри сертифікованих органічних господарств варіюється від кількох гектарів, як і в більшості країн Європи, до декількох тисяч гектарів сільськогосподарських угідь [2].

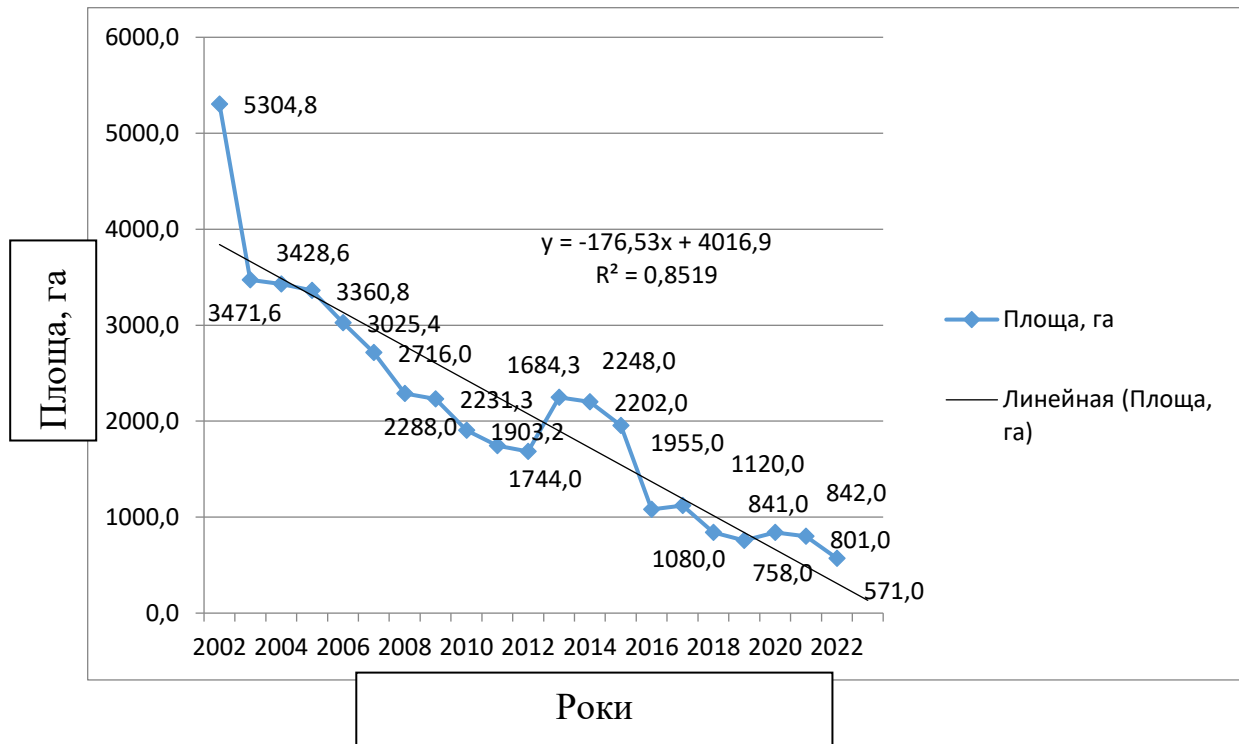




**Рис. 1. Кількість підприємств-виробників органічної продукції та площі в їх обробітку в Україні**

*Джерело: побудовано автором на основі [4].*

Враховуючи наявність числа дрібних органічних господарств, їх спеціалізація акцентується, в першу чергу, на вирощуванні плодовоовочевої та ягідної продукції. Однак експортна експортна орієнтація виробників залишається на теперішній час найбільш актуальним напрямом розвитку. Як ми бачимо з рисунку 1 кількість органічних господарств у 2022 році зкоротилася до 462 господарств, що складає 74,9% від рівня 2019 року, де кількість органічних господарств була в Україні максимальною і складала 617 одиниць. Середня площа органічних сільськогосподарських угідь, в обробітку на одне господарство, продовжує тенденцію до скорочення. Так, у 2022 р. цей показник становив 571,0 га, тобто лише 10,8 % порівняно з 2002 р. (рис. 2).



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

*Джерело: розраховано та побудовано автором на основі [1].*

Загалом тенденція динаміки середньої площі сільськогосподарських угідь українських підприємств-виробників органічної продукції характеризується рівнянням прямої і має вигляд:

$$y = -176,53x + 4016,9 \quad (1)$$

Коефіцієнт регресії в наведеному рівнянні вказує на те, що середньорічне зменшення середньої площі сільськогосподарських угідь українських підприємств-виробників органічної продукції становить 176,5 га. Коефіцієнт детермінації даного рівняння дорівнює 0,852, що свідчить про високий ступінь довіри до прогнозу, складеного за допомогою лінійного тренду. На підставі результатів аналітичного вирівнювання середньої площі сільськогосподарських угідь українських підприємств-виробників органічної продукції та рівняння (1) можна припустити, що середня площа

сільськогосподарських угідь українських підприємств-виробників органічної продукції у 2025 р. наблизатиметься до 219,82 га.

Структурне забезпечення виробництва органічної продукції має регіональні особливості, які залежать від виду сертифікованої діяльності суб'єкта господарювання та їх концентрації (табл. 1).

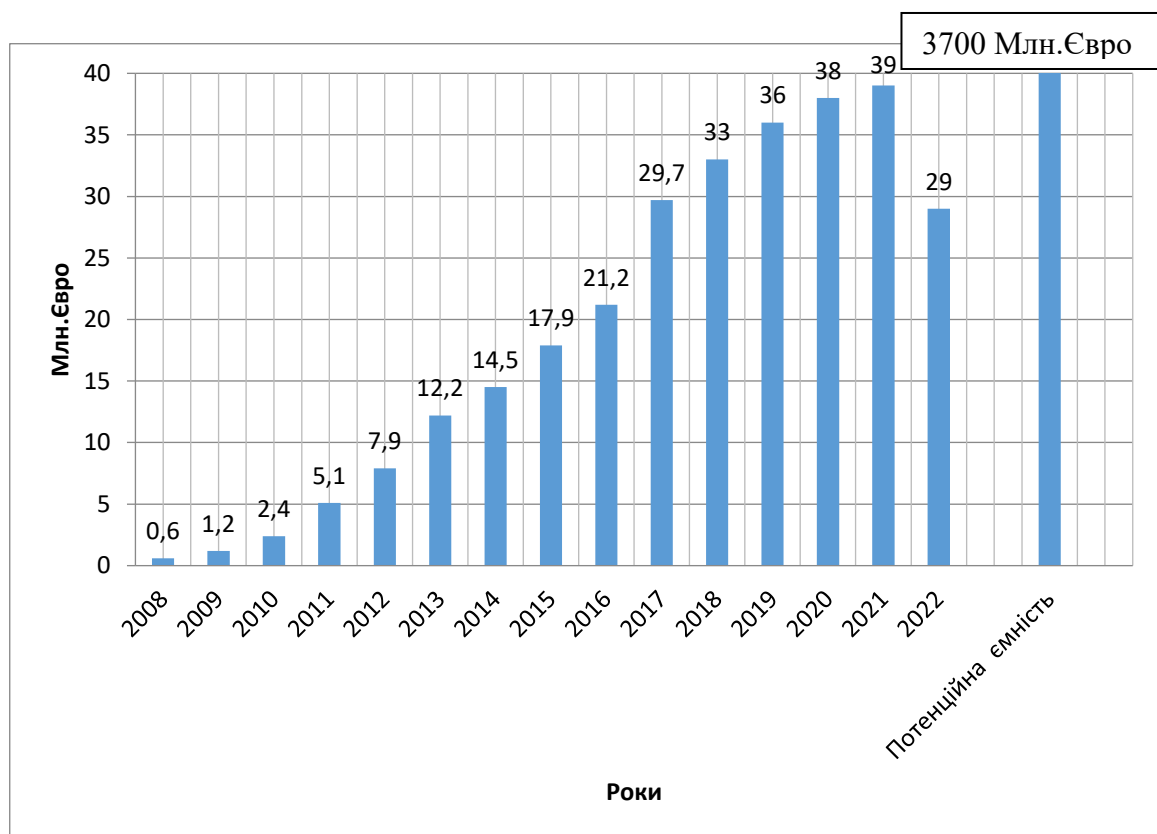
**Таблиця 1. Розподіл сертифікованої діяльності суб'єктів та сільськогосподарських угідь з органічного агровиробництва України, 2022 рік**

	Кількість господарств	Площа с.г. угідь, що використовується для органічного виробництва, га	Площа с.г. угідь що має органічний статус, га
Україна	462	263649	246126
Автономна Республіка Крим	0	0	0
Області			
Вінницька	52	2753	2618
Волинська	20	5182	5153
Дніпропетровська	24	18451	18362
Донецька	0	0	0
Житомирська	24	36796	36077
Закарпатська	10	1600	1566
Запорізька	12	32072	24747
Івано–Франківська	14	351	341
Київська	68	9379	7034
Кіровоградська	5	11831	11828
Луганська	1	0	0
Львівська	21	2378	2320
Миколаївська	23	1598	441
Одеська	40	40831	38729
Полтавська	33	24261	24166
Рівненська	18	18177	17772
Сумська	17	50	50
Тернопільська	8	2080	2080
Харківська	16	3808	3790
Херсонська	14	29413	29250
Хмельницька	18	10668	10661
Черкаська	12	2635	49
Чернівецька	3	190	0
Чернігівська	9	9115	9091

*Джерело: побудовано на основі [2] та власних досліджень автора*

Значна кількість суб'єктів господарювання є виробниками органічної продукції і буде сприяти формуванню відповідної інфраструктури, яка здатна забезпечити повторюваність процесу виробництва органічної продукції. Інфраструктурне забезпечення сектору чи галузі має включати в себе інформаційний елемент, для забезпечення процесу саморегуляції та зовнішньої і внутрішньої комунікації.

До основної органічної продукції, яку вирощують в Україні і 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. [1]

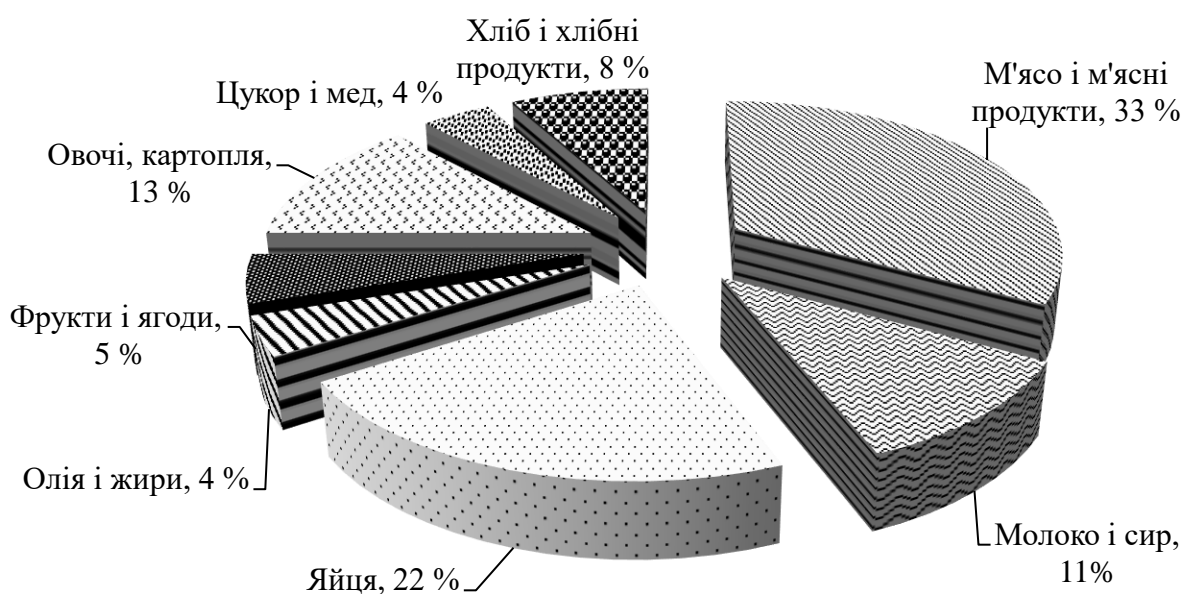


**Рис. 3. Обсяг споживання органічної продукції в Україні та її потенційний обсяг**

*Джерело: побудовано на основі [2].*

До специфічності функціонування вітчизняних органічних кооперативів віднесемо те, що їх діяльність пов'язана з виробництвом овочів і фруктів. Найбільшим попитом на ринку продуктів харчування, вирощених за органічними стандартами, користується група кисломолочних продуктів, овочі й фрукти.

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 рис. 4. [3, с. 5-8]



**Рис. 4. Структура потенційного ринку органічної продукції України**

*Джерело: побудовано на основі [3, с. 5-8].*

Але враховуючи той факт, що сукупні витрати домогосподарств на харчування у 2024 р., по наших розрахунках складає 57% і майже досягає граничного показника 60 %, додаткова переорієнтація споживачів на споживання органічної продукції представляє достатньо складною, особливо в період воєнного стану, бо призведе до додаткових витрат, оскільки ціни на органічну продукцію вищі, ніж на звичайну. Водночас потрібно зазначити, що Україна має достатній потенціал для забезпечення необхідного рівня продовольчої безпеки порівняно з країнами, що розвиваються, і за

показником виробництва зерна на душу населення (більше однієї тони в Україні проти 450 кг. у середньому по світу). Ціни ж на органічні продукти харчування в рази вищі ніж на звичайні, і варіюються вони в залежності від регіонів виробництва та збуту. (табл. 2) .

**Таблиця 2. Співвідношення ціни органічної продукції до традиційної в Україні (станом на 18.12.2024 р.)**

Продукція	Одиниця виміру	Ціна одиниці, грн		Відношення ціни органічної продукції до традиційної, раз
		традиційна продукція	органічна продукція	
Борошно пшеничне	1 кг.	24,88	69,00	2,77
Цукор	1 кг.	32,90	500,00	15,20
Молоко	1 л.	63,90	109,00	1,71
Яйця	10 шт.	79,70	165,00	2,07
Шоколад (молочний Seed&Bean)	100 г.	82,78	159,00	1,92
Яловичина органічна	1 кг.	299,90	534,00	1,78
Картопля	1 кг.	26,50	70,00	2,64
Пиво	0,5 л.	42,72	95,00	2,22
Яблучний сік	1 л.	26,50	51,00	4,72
Кава мелена (арабіка)	250 г.	84,27	226,65	2,03

Джерело: побудовано на основі власних досліджень автора.

Органічна продукція в Україні реалізується як через звичайні так і Інтернет-крамниці, зокрема в звичайних торговельних мережах (“Сільпо”, “Metro”, “Мегамаркет”, “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 [4].

Важливим елементом у визначенні конкурентоспроможності маркетингової системи виробництва органічної продукції та порівняння отриманого результату з результатами діяльності основних конкурентів. Аналіз загроз та можливостей, присутніх у навколишньому маркетинговому середовищі, дозволяє зрозуміти процеси, що формують конкуренцію та активізувати власний потенціал для досягнення певних конкурентних переваг.

Показник конкурентоспроможності маркетингової системи органічної агропромислової продукції, на нашу думку, доцільно визначати шляхом врахування оціночних показників конкурентних переваг:

$$K_{m.c.} = \sqrt[5]{RDZ \times RY \times RF \times PMB \times PR} \quad (2),$$

де:

$K_{m.c.}$  – конкурентоспроможність маркетингової системи органічної агропромислової продукції;

$RDZ$  - рівень виконання договірних зобов'язань;

$RY$  - рівень якості маркетингових послуг;

$RF$  - рівень функціональності маркетингової системи;

$PMB$  - рівень маркетингових витрат;

$PR$  - рівень рентабельності маркетингових активностей.

Особливістю розглянутих показників  $RDZ$ ,  $RY$ ,  $RF$ ,  $PMB$ ,  $PR$  є прагнення кожного з них до одиниці. Безпосередні їх значення визначаються як співвідношення фактичного рівня базисного показника до його планового (або можливого) рівня. Рівність кожного з названих показників одиниці, а отже, і рівність одиниці комплексного показника конкурентоспроможності маркетингової системи органічної агропромислової продукції, означає максимальну конкурентоспроможність маркетингової системи, що передбачає її ідеальне функціонування, з точки зору якості задоволення споживача. Якщо значення наближаються до одиниці, то оцінювана маркетингова система органічної продукції має виключно сильний конкурентний статус і навпаки.

Пропонуємо такі градації показника конкурентоспроможності маркетингової системи виробництва та просування органічної агропромислової продукції:

$0 \leq K \leq 0,4$  – слабка конкурентна позиція;

$0,4 < K \leq 0,7$  – середня конкурентна позиція;

$0,7 < K \leq 1$  – сильна конкурентна позиція.

Розроблена методика оцінки конкурентоспроможності маркетингової системи органічної агропромислової продукції можливо використовувати для оцінки та постійного моніторингу рівня її конкурентоспроможності як в межах України так і за кордоном, а градації конкурентоспроможності, на нашу думку, доцільно застосовувати при формуванні інституціональних обмежень в нормативних документах регламентуючих обіг органічної продукції [5. с. 16].

***Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.*** Одним із напрямків розвитку аграрної сфери в Україні є розвиток сучасних методів виробництва сільськогосподарської продукції, зокрема органічного (природного) агровиробництва та розвиток ринків збуту як самої органічної сільськогосподарської продукції так і продуктів її переробки.

Станом на 2022 рік в Україні налічувалося 462 оператори органічного ринку що займаються безпосередньо виробництвом органічної сільськогосподарської продукції. На жаль статистична інформація що характеризує розвиток ринку органічної продукції дуже розрізнена і не завжди співпадає по окремих джерелах.

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

Основним інституціональним чинником що регламентує органічний напрям діяльності в Україні є Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» (№ 2496-VIII, набрав чинності 02 серпня 2018 р., вступив в дію з 02 серпня 2019 р.). Норми цього закону адаптовані до вимог європейських та міжнародних вимог щодо виробництва та обігу органічної продукції. Виконання норм цього Закону буде сприяти ефективності ринкової ситуації, зокрема при експорті продукції в інші країни.



Дослідження тенденцій розвитку в секторі органічного агровиробництва Україні вказує на те, що обсяги виробництва зростали з року в рік до 2019 року, після чого, в зв'язку з ковідними обмеженнями та широкомасштабною військовою агресією кількість підприємств органічного агробізнесу скоротилася і склала у 2022 році 462 підприємства, що становить 74,9% від рівня 2019 року.

Не зважаючи на відсутність єдиного державного джерела статистичних даних про виробництво органічної продукції в Україні можна стверджувати, що розвиток органічного виробництва здійснювався скоріше в супереч підтримки держави, а ніж завдячуючи їй. Виробники органічної продукції змушені були самостійно вирішувати проблеми браку коштів в період воєнного стану і розраховувати лише на прибутки майбутніх періодів від експорту виробленої ними продукції.

Розроблену методику оцінки конкурентоспроможності маркетингової системи органічної агропромислової продукції можливо використовувати для характеристики та постійного моніторингу рівня її конкурентоспроможності як в межах України так і за кордоном, визначення логістичних стратегій; цілей державного управління та регулювання ринку органічної агропромислової продукції на регіональному, державному та міжнародному рівнях.

Подальші наші дослідження будуть направлені на отримання пропозицій щодо розвитку інституціональної системи конкурентоспроможного внутрішнього ринку органічної агропромислової продукції України з метою його вдосконалення.

## Література

1. Органік в Україні. Федерація органічного руху України. URL: <https://organic.com.ua/organic-v-ukraini/> (дата звернення: 18.12.2024).
2. Стан органічного виробництва за 2022 рік. Органік Україна. URL: <https://organicukraine.org.ua/c/news/3577/> (дата звернення: 18.12.2024).

3. Лупенко Ю.О. Формування попиту та пропозиції на ринку органічної продукції. Органічне виробництво і продовольча безпека. Житомир. «Полісся», 2013. С. 3-9.

4. Органічні продукти. Федерація органічного руху в Україні: URL: <http://organic.com.ua/> (дата звернення: 18.12.2024).

5. Білоткач І. А. Інституціональні особливості розвитку конкурентоспроможної логістичної системи маркетингового просування органічної агропромислової продукції України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 1. С. 12-19.

### **References.**

1. Federation of Organic Movement of Ukraine (2024), “Organic in Ukraine”, Available at: <https://organic.com.ua/organic-v-ukraini/> (Accessed 18 december 2024).

2. Organic Ukraine (2024), “State of organic production in 2022”, Available at: <https://organicukraine.org.ua/c/news/3577/> (Accessed 18 december 2024).

3. Lupenko, Yu.O. (2013), “Formation of supply and demand in the market of organic products”, *Orhanichne vyrobnytstvo i prodovolcha bezpeka*, vol. 4, pp. 3-9.

4. Federation of Organic Movement of Ukraine (2024), “What is organic food?”, Available at: <https://organic.com.ua/en/what-is-organic-food/> (Accessed 18 december 2024).

5. Bilotkach, I. (2022), “Institutional development of the development of the infrastructure of the market of organic agricultural products”, *Investicii: praktika ta dosvid*, vol. 1, pp. 12-19.

*Стаття надійшла до редакції 20.12.2024 р.*