

**Київський національний торговельно-економічний університет**

**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**"УКРАЇНА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ  
ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ"**

(за матеріалами ПрАТ «Оболонь», м. Київ.)

Студентки 2 курсу, 1мз  
групи, спеціальності 051  
«Економіка» спеціалізації  
«Міжнародна економіка»

Григоренко Тетяни

Михайлівни

\_\_\_\_\_

*підпис*

Науковий керівник,  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри світової  
економіки

Карпенко Марина

Олександрівна

\_\_\_\_\_

*підпис*

Гарант освітньої  
програми, кандидат  
економічних наук,  
професор кафедри світової  
економіки

Кудирко Людмила

Петрівна

\_\_\_\_\_

*підпис*

**Київ 2021**

## АНОТАЦІЯ

### **Григоренко Т.М. Україна на міжнародному ринку органічної продовольчої продукції.**

У проведеному дослідженні проведено аналіз нинішньої ситуації на світовому та українському ринку органічної продовольчої продукції. Здійснено критичний огляд вітчизняної та іноземної, проаналізовані фактори впливу зовнішнього середовища на український ринок органічної продовольчої продукції. Був здійснений аналіз ефективності функціонування України на міжнародному ринку досліджуваної продукції. На основі проведеного дослідження були запропоновані напрями посилення позицій української органічної продовольчої продукції на світовому ринку. Було розглянуто українське підприємство, яке виробляє органічну продовольчу продукцію – пивну дробину. На практичному прикладі були розглянуті перспективи виходу ПрАТ «Оболонь» на іноземний ринок органічної продовольчої продукції та розрахована економічна ефективність даної операції.

**Ключові слова: органічна продукція, органічна продовольча продукція, сільськогосподарська продукція, агропродовольча сировина, органічне виробництво.**

## ANNOTATION

### **Hryhorenko T.M. Ukraine on the international market of organic food products.**

The study analyzed the current situation on the world and Ukrainian markets of organic food products. Thus, a critical review of domestic and foreign, the factors of influence of the external environment on the Ukrainian market of organic food products were analyzed. The analysis of efficiency of functioning of Ukraine in the international market of researched production was carried out. Based on the study, the directions of strengthening the position of Ukrainian organic food products on the world market were proposed. A Ukrainian enterprise that produces organic food products - beer pellets - was considered. The prospects of PJSC Obolon's entry into the foreign market of

organic food products were considered on a practical example and the economic efficiency of this operation was calculated..

**Keywords:organic products, organic food products, agricultural products, agro-food raw materials, organic production.**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Теоретичне підґрунтя розвитку органічного виробництва .....	9
1.2. Аналіз світового ринку органічної продовольчої продукції.....	14
Висновки до розділу 1.....	19
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ .....</b>	<b>22</b>
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Оболонь».....	22
2.2. Аналіз ефективності функціонування України на міжнародному ринку органічної продовольчої продукції .....	29
Висновки до розділу 2.....	39
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ.....</b>	<b>41</b>
3.1. Напрями посилення позицій української органічної продовольчої продукції на світовому ринку.....	41
3.2. Прогнозна оцінка наслідків запровадження запропонованих заходів .....	50
Висновки до розділу 3.....	55
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>57</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>63</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>68</b>

## ВСТУП

*Актуальність випускної кваліфікаційної роботи.* З моменту появи органічної продукції спостерігається формування нового ринку, який в майбутньому, завдяки сприятливим економічним, соціальним і технологічним факторам, призведе до появи світового ринку органічних продуктів харчування. Розвиток ринку органічних продуктів харчування має багато переваг для виробників, оскільки органічне виробництво забезпечує високий дохід для товаровиробників з одного боку, і сталий розвиток - з іншого. Сталий розвиток складається з двох основних складових: економічної та соціальної. Тому економічна складова є основою концепції сталого розвитку, тоді як соціальна відіграє допоміжну роль.

Таким чином, спостерігається нова версія терміна "виробничий потенціал країни", де зазначено, що довгострокові проекти, що реалізуються з урахуванням природних та соціальних закономірностей, виявляються економічно ефективними.

Ступінь розробки наукової проблеми. Чимало праць зарубіжних та вітчизняних науковців і практиків присвячено питанням виробництва та збуту органічної продукції. Серед українських авторів слід відзначити наступних: Дудар Т.Г., Кутаренко Н.Я., Потапенко В.Г., Прутська О.О., Фещенко Н.М., Чайка Т.О., Шпак Г.М., Штрихун Х.І. та інші. В їхніх роботах проведено чіткий аналіз стану маркетингової підтримки при збуті органічної продукції та досліджено проблемні моменти розвитку органічного виробництва.

Проте багато проблем залишаються не вирішеними. Зокрема, актуальним залишається питання використання найкращого міжнародного досвіду з просування органічної продукції в нашій країні.

*Метою випускної кваліфікаційної роботи* є аналіз нинішньої ситуації на світовому та українському ринку органічної продовольчої продукції та пошук шляхів покращення ситуації на українському ринку.

Відповідно до мети, перед дослідженням були поставлені наступні завдання:

- здійснити критичний огляді вітчизняної та іноземної літератури;
- дослідити стан світового ринку органічної продовольчої продукції;
- проаналізувати фактори впливу зовнішнього середовища на український ринок органічної продовольчої продукції;
- здійснити аналіз ефективності функціонування України на міжнародному ринку органічної продовольчої продукції;
- запропонувати напрями посилення позицій української органічної продовольчої продукції на світовому ринку;
- здійснити прогнозну оцінку наслідків запровадження запропонованих заходів.

*Об'єктом* дослідження виступає процес організації виробництва та торгівлі на світовому ринку органічної продукції.

*Предмет* дослідження – світовий та український ринок органічної продукції.

*Методи дослідження.* Під час дослідження був використаний діалектичний метод наукового пізнання. Завдання дослідження вирішувалися за допомогою системного підходу, методів синтезу та аналізу, методів емпіричного та теоретичного дослідження, динамічних порівнянь.

*Наукова новизна одержаних результатів випускної кваліфікаційної роботи* полягає у визначенні напрямів посилення позицій української органічної продовольчої продукції на світовому ринку та прогнозній оцінці наслідків запровадження запропонованих заходів.

Інформація про апробацію результатів дослідження представлено у науковій статті: Григоренко Т. Аналіз світового ринку органічної продовольчої продукції// *Modern Relationships in the World Economy* :зб. наук. ст. студ./ відп. ред. Г.В. Дугінець – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 139-146 с.

Наукове і практичне значення отриманих результатів полягає у можливості застосування шляхів удосконалення ринку органічної продукції, враховуючи теоретичні положення даної роботи.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ**

### **1.1. Теоретичне підґрунтя розвитку органічного виробництва**

Світовий ринок сільськогосподарської продукції включає обмінні процеси, які проходять у світовому масштабі і об'єктом яких є вся виготовлена сільськогосподарськими товаровиробниками продукція. Крім того, особливістю досліджуваного ринку є те, що на ньому формуються попит та пропозиція не лише на вирощену продукцію, але й на відходи, які отримуються в результаті її виробництва. Так, в умовах зростання міжнародного попиту на органічну продукцію на світовому ринку, відповідно, підвищується попит на органічні добрива, які використовуються під час її виробництва, а отже, пропозиція зростає. Отже, світовий ринок органічних добрив показує підвищення темпів свого росту.

Світовий ринок біологічного палива в умовах обмежених світових енергетичних ресурсів, об'єктом якого є та сільськогосподарська продукція, що в переробці може продукувати енергію, також з кожним роком показує стрімкі темпи росту. Встановлено, що близько 90% світового споживання біопалива припадає на рідкі види – біоетанол і біодизель. Незважаючи на те, що рідке біопаливо забезпечує лише невелику частку загальносвітових потреб в енергії, воно значною мірою впливає на світове сільське господарство та сільськогосподарські ринки через використання земельних ресурсів і сільськогосподарської сировини для його виробництва. Як правило, на цьому ринку основною сільськогосподарською продукцією є ріпак, стебла кукурудзи, солома, арахіс, соя, картопля, цукровий буряк, цукрова тростина тощо.

Перехід від індустріальної до інформаційної епох суспільного розвитку ґрунтується на оновлених пріоритетах і цінностях, серед яких особливого значення набувають гуманістичні, екологічні, інформаційні тощо. Зазначені цінності актуалізують необхідність подолання світової еколого-економічної кризи, пов'язаної зі збільшенням енергоспоживання, вичерпанням родючості



ґрунтів, зменшенням біорізноманіття, забрудненням довкілля та зниженням продовольчої безпеки.

Питанням становлення і розвитку органічного виробництва в Україні присвячені численні дослідження багатьох вчених і наукових колективів вищих навчальних закладів та науково-дослідних установ. Представники галузевих наук (агрономії, технології переробки тощо) розробляють проблеми органічного землеробства і виробництва агропродовольчої продукції, а економісти – досліджують питання ефективності виробництва в органічному секторі, формування ринку органічної продукції та управління ними. З огляду на актуальність та інноваційність галузі органічного виробництва агропродовольчої продукції і необхідність комплексного інтегрованого підходу до її дослідження, потребують поглибленої розробки концептуальні засади, від яких залежатиме практична реалізація парадигми зеленої економіки[8]. Поглиблення теоретичних і методичних засад розвитку виробництва органічної агропродовольчої продукції сприятиме удосконаленню державного і галузевого управління ним в цілях забезпечення економічної, соціальної та екологічної ефективності.

Теоретичне підґрунтя розвитку органічного виробництва агропродовольчої продукції складають теорія сталого розвитку агросфери і біофізичний економікс, якими проголошено природоцентризм – на зміну антропоцентризму. У світлі зазначених теорій органічне виробництво – це галузь, покликана продукувати безпечні сировину і готову продовольчу продукцію шляхом використання у виробництві агроекологічних методів та біологічних факторів [8].

Регуляторами розвитку органічного виробництва є, з одного боку, екосистемне саморегулювання, з іншого – екологічний менеджмент. У зв'язку з цим, органічне виробництво агропродовольчої сировини і продукції має стати стрижнем національної стратегії сталого розвитку сільського господарства в цілому.

Принцип здоров'я полягає у призначенні органічного виробництва забезпечувати збереження та зміцнення здоров'я людини, екосистеми в цілому та її компонентів. Основоположна роль природних циклів та живої природи у

забезпеченні цілісності і гармонії екосистем реалізується через принцип екологічності. Паритетне ставлення до потреб людини і до навколишнього середовища, забезпечення рівних можливостей усіх суб'єктів, задіяних у органічному виробництві забезпечує принцип справедливості. Принципи турботи та збереження спрямовані на використання в органічному виробництві ощадливих методів і підходів, турботу про добробут майбутніх поколінь та середовища їх існування.

Засноване на зазначених принципах органічне виробництво агропродовольчої сировини здійснюється методами, які оптимізують біологічну активність ґрунтів, забезпечують збалансоване постачання поживних речовин для рослин. З цією метою проводиться переробка відходів та супутніх продуктів рослинного походження і відходів тваринництва для подальшого використання у виробничому процесі. Особлива увага приділяється відбору видів та сортів сільськогосподарських рослин, стійких до хвороб і шкідників, механічних та фізичних методів захисту від них, дотриманню сівозмін.

Специфіка виробництва, зберігання, перевезення та реалізації органічної продукції (сировини) тваринного походження передбачає природний імунний захист, відбір порід відповідно до ступеня адаптації тварин до місцевих умов та їх життєздатності, переробку відходів та супутніх продуктів тваринного походження для подальшого використання при виробництві продукції тваринництва. Що стосується агропродовольчої продукції тваринного походження, то вона виробляється виключно з тварин, вирощених в органічних господарствах від народження до забою, годівля яких здійснювалася виключно органічними кормами. Вироблена органічна продукція, перш ніж потрапити до споживача, проходить перевірку на відповідність стандартам і маркування. Для готових продовольчих продуктів використовується екологічна упаковка, виготовлена із скла, паперу, біорозчинних матеріалів. Дотримання охарактеризованих правил виробництва органічної агропродовольчої продукції повною мірою відповідає принципам зеленої економіки, забезпечуючи синергетичний соціоеколого-економічний ефект[8].

Соціальний ефект органічного виробництва полягає у підвищенні ділової активності дрібних сільськогосподарських виробників, розширенні сфери докладання праці у сільській місцевості. Оскільки органічне виробництво – трудомістке, його розширення підвищуватиме адсорбуючу здатність реального сектора економіки на селі. Досвід європейських країн свідчить, що в органічному виробництві зазвичай зайнято більше середньорічних працівників, ніж у традиційному (індустріальному).

Економічні наслідки органічного виробництва мають двоякий характер. З одного боку, зниження урожайності у період конверсії буде супроводжуватись зростанням собівартості, а, відповідно, – високими цінами на органічну продукцію. З іншого – відбуватиметься економія енергії та ресурсів, зростатимуть доходи виробників та їх конкурентоспроможність, поліпшуватиметься якість харчування населення.

Органічне виробництво забезпечує досить широкий спектр екологічних ефектів. Серед них – відновлення якості земельних ресурсів шляхом ощадливих технологій обробітку ґрунту, дотримання сівозмін, використання «зелених» добрив та біологічних методів боротьби з шкідниками, збереження біорізноманіття, а також опосередковано – зниження забруднення водних ресурсів і атмосферного повітря[8].

Відтак, успішна реалізація концептуальних засад розвитку органічного сектора виробництва агропродовольчої продукції в Україні потребує дієвого і ефективного управління ним. Світова практика доводить результативність державної підтримки розвитку органічного сектора аграрного виробництва шляхом інвестування, загальних прямих та екологічних виплат. Важлива роль належить впровадженню екологічних і ринкових важелів та інструментів з метою зміни уподобань споживачів і стимулювання зелених інвестицій та інновацій в органічний сектор, підвищення компетентності, навчання і освіти операторів органічного ринку.

Існує сильний взаємозв'язок між виробничим потенціалом органічного сектору та реалізацією цілей сталого розвитку. Зростання та розвиток цілком часто вступають у діалектичний конфлікт концепції сталого розвитку.

Основний вимір розрізнення двох понять полягає у різниці в цілях, до яких прагнуть задіяні процеси в них, або через механізми прийняття рішень, або в хаотичному порядку.

Соціально-економічний розвиток – це зростання продуктивності праці, розвиток продуктивних сил і покращення якості людського життя, стратегія економічного зростання орієнтована на випуск продукції зростання лише заради зростання ВВП, що має короткострокові наслідки та негативні наслідки для соціальної, культурної та екологічної ситуацій. Тому соціально-економічний розвиток органічний для сільського господарства, але економічне зростання не є традиційним сільському господарству, воно може забезпечити стійкість, узгодженість і баланс.

Типовою ознакою світової економічної глобалізації є її асиметричний розвиток, зумовлений різницею потенціалів. Тому, щоб сприяти світовому розвитку, країни повинні збільшити зовнішній економічний потенціал зі стратегічною орієнтацією на конкурентоспроможний експорт продукції.

У науковій літературі зустрічаються різні визначення органічного виробництва, але більшість з них не пропонують збір органічних продуктів на світовому ринку. Отже, Міжнародна федерація рухів за органічне сільське господарство (IFOAM), як головний захисник органічного виробництва, розробила власне визначення органічного сільського господарства, згідно з яким воно є виробничою системою, що підтримує здоров'я ґрунтів, екосистем та людей. Воно пристосоване до місцевих умов; поєднує традиції, інновації та науку; а також сприяє добросовісним стосункам і добрій якості життя.

За даними Міністерства сільського господарства США, Національної Органічної ради (NOSB), органічне сільське господарство – це екологічна система управління виробництвом, що сприяє та покращує біорізноманіття, біологічні цикли та біологічну активність ґрунту. Воно засноване на мінімальному

використанні нефабричних матеріалів та практик управління, що відновлюють, підтримують та вдосконалюють екологічну гармонію [6].

Незважаючи на велику кількість визначень органічного виробництва, немає чіткого визначення того, що таке ринок органічної продукції. Відповідно до Закону України «Про Основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічних продуктів » (6 червня 2019 р.), – ринок органічних продуктів харчування є економічним суб'єктом, який створює відповідні умови на продаж (оптовий продаж) сільськогосподарської продукції, включаючи харчові продукти, у спеціально обладнаних та визначених місцях відповідно до закону.

Ринок органічних продуктів харчування як система економічних відносин, що формуються в процесі виробництва, обміну та споживання сільськогосподарської сировини та продуктів харчування. Інтерпретація терміна “Ринок органічних продуктів харчування” характеризує його як багаторівневу, багатофункціональну систему, в якій наявні різні сектори виробництва та споживання, а їх суб'єкти мають свої особливості та суперечливі інтереси.

Таким чином, світовий ринок органічних продуктів харчування визначається як механізм збалансування світового попиту та глобального постачання органічної їжі з бінарною стандартизацією: як результат - об'єктивний маркетинг однорідності попиту та імперативно-правової умови вступу до міжнародної торгової обмін.

## **1.2. Аналіз світового ринку органічної продовольчої продукції**

Ринок органічних продуктів харчування складається з продажу органічних продуктів харчування та напоїв та супутніх послуг. Виробництво органічних продуктів харчування включає практики, що сприяють екологічній рівновазі та спрямовані на збереження біорізноманіття. Ці харчові продукти не використовують жодних харчових добавок або промислових розчинників [23].

Органічна їжа готується без використання хімічних речовин. Це означає, що органічна їжа обмежує використання хімічних пестицидів, консервантів або

добрив і вирощується з використанням природних ресурсів. Органічна їжа приймається все більшою кількістю людей через наявність численних переваг, що, як передбачається, є головним рушійним фактором для світового ринку органічних продуктів харчування в розрахунковий період. Більше того, покращення каналу розподілу та зростання рівня доходів серед населення, як прогнозується, стане одним з найбільших рушійних факторів для світового ринку органічних продуктів харчування за прогнозний період.

Очікується, що світовий ринок органічних продуктів харчування зросте до 201,77 млрд. дол. Зростання в основному пов'язано з тим, що компанії відновили свою діяльність та адаптувались до нових норм, відновлюючись від впливу COVID-19, що раніше призвело до обмежувальних заходів стримування, що передбачають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, що призвело до оперативних викликів. Очікується, що ринок органічних продуктів харчування досягне \$ 380,84 млрд. у 2025 р. при CAGR 14,5% [40].

Зростаюче занепокоєння у зв'язку зі зростаючим числом випадків отруєння хімічними речовинами у всьому світі є рушійним чинником на ринку органічних продуктів харчування. Токсичність хімічних пестицидів у харчових продуктах може спричинити рак, порушення гормонів та вроджені вади. Згідно з доповіддю ООН, щороку гине близько 200 000 людей через токсичну дію пестицидів. Це змушує споживачів переключити свою увагу на органічні харчові продукти [41]:

- за типом продукту: органічне м'ясо, птиця та молочні продукти, органічні фрукти та овочі, органічний хліб та хлібобулочні вироби, органічні напої, органічна оброблена їжа, інші органічні продукти;
- за каналами збуту: звичайні роздрібні торговці, природні канали збуту, інші;
- за каналом розповсюдження: супермаркети / гіпермаркети, магазин, спеціалізовані магазини, інтернет-магазини.

Важливо зазначити, що 181 країна є учасником міжнародної торгівлі органічною їжею, а обсяг ринку складає 97 мільярдів доларів (2017). Близько 80% виробників органічної їжі зосереджено в Азії (40%), Африці (28%) та Латинській Америці (16%). До найбільших ринків органічних продуктів харчування належать США (43%), Німеччина (11%), Франція (9%) та Китай (8%). Північна Америка та європейські країни охоплюють 90% світових продажів органічних продуктів харчування та напоїв у роздрібних каналах; однак роль експорту країн Азії, Африки та Латинської Америки зростає. Список п'ятірки експортерів органічної їжі включає США, Італію, Нідерланди, Китай та Іспанію; до країн-імпортерів належать США, Франція, Іспанія, Туреччина та Канада. Найпопулярніші категорії товарів у товарній структурі - свіжі овочі, фрукти та культури; частка готових товарів збільшується. Оскільки в деяких країн, органічні ринки більш розвинені, вони часто диктують тенденції розвитку інших органічних ринки.

Поки що світові органічні ринки знаходяться на різних стадіях розвитку, що пов'язано з:

- різними рівнями розвитку,
- нормативно-правовою базою виробництва органічних продуктів харчування та розвитком програм органічного сектору,
- рядом торгових і переробних компаній,
- наявністю різноманітного асортименту органічних продуктів харчування,
- розвитком інфраструктури та наявністю платоспроможного попиту,
- здатністю великих роздрібних торговців використовувати агресивний маркетинг для популяризації органічної їжі.

За цими характеристиками ринки США, Німеччини, Франції, Італії та Данії близькі до стадії зрілості; ринки Іспанії, Індії, Китаю, Австралії та інші швидко розвиваються; та встановлюються інші ринки.

Виходячи зі специфіки розвитку органічного ринку, можна виділити дві групи: рушійні країни (країни Північної Америки та ЄС та Китай) та сторонні – африканські країни.

З глобальної точки зору ринки, що мають значний потенціал розвитку, домінуючий вплив на формування певних тенденцій, зокрема ринки органічних продуктів харчування в Китаї, заслуговують на особливу увагу. Ринок органічних продуктів харчування Китаю займає четверте місце у світі за обсягами роздрібного продажу, експортуючи органічну їжу на понад 500 мільйонів доларів. Специфічні особливості китайської мови, розвитку харчового ринку викликають недовіру до національних органічних виробників та процесу сертифікації (лише 30% продукції сертифіковано Китайським центром органічної сертифікації), збільшення середнього класу частка (81% - це домогосподарства, дохід яких перевищує 24000 доларів США, а основні споживачі - тисячоліття), наявність програм державної підтримки та домінування в Інтернет-торгівлі, а також понад 70% органічної їжі імпортується.

Стимулювання розвитку китайського ринку відбувається за рахунок підтримки співпраці в органічному виробництві. Китай підписав Угоду про співпрацю COFCC – IMOcert, Органічні продукти із сертифікаційною організацією IMOcert у Латинській Америці та угоду про співпрацю з Данією на 2017–2019 роки. Використовуючи загальну акредитацію, обмін органічними продуктами харчування між країнами збільшився, і Китай отримав доступ до європейського ринку через Данію. Данія є членом Європейського Союзу та важливим вузлом китайської програми “BeltandRoad”.

Важливо зазначити, що основним рушієм розвитку світового ринку є конкретний споживач, група з чітко сформованою проекологічною спрямованістю, представлена переважно віком (25–35 років), які мають вищу освіту та середній (вище середнього) рівень доходу.

Споживачів органічної їжі можна класифікувати за такими критеріями:

- ставлення до органічного виробництва (консервативного, прихильного або проорганічного споживача),
- лояльність (до торгової марки чи органічного сертифікату),



- мотиви (захисники навколишнього середовища, послідовники органіки та скептики)
- спосіб життя (сумлінний та апатичний).

Основні світові лідери ринку органічних продуктів харчування (GeneralMills, WholeFoodsMarket (Amazon), Danone, HainCelestialGroup, UnitedNaturalFoods, Newman'sOwn, AldiEinkauf та REWE Markt) були визначені та проаналізовані на основі трьох індексів: регіональна присутність, асортимент товарів та представлення продуктів в Інтернеті.

Відповідно, компанії були розділені на чотири групи:

- лідери, здатні задовольнити зростання попиту у світі, є великими виробниками / роздрібними торговцями з пакетом різноманітної продукції, що дозволяє їм задовольняти потреби галузей (GeneralMills, WholeFoodsMarket, HainCelestialGroup та Newman'sOwn);
- далекоглядні гравці, які розраховують на потенційні напрямки розвитку ринку або своєчасно передбачають зміни ринкових правил (Danone та UnitedNaturalFoods);
- нішеві гравці, які успішно зосередилися на одному сегменті і є компаніями для потенційного злиття або поглинання (Danone);
- претенденти / послідовники, конкуренти лідерів органічної їжі, які мають різноманітний асортимент продуктів і мають відносно сильні позиції на органічному ринку (AldiEinkauf та REWE Markt).

Вищезазначені компанії ініціюють злиття та поглинання, створюючи власні системи доставки, впровадження останніх інновацій та використання агресивного маркетингу на сайтах соціальних мереж.

Важливо зазначити, що наявна тенденція до диверсифікації органічної їжі товарної структури; таким чином, частка безглютенових, білкових, гіпоалергенних та веганських продуктів збільшується, що визначається веденням здорового способу життя та появою нових товарів.

## Висновки до розділу 1

Світовий ринок сільськогосподарської продукції включає обмінні процеси, які проходять у світовому масштабі і об'єктом яких є вся виготовлена сільськогосподарськими товаровиробниками продукція. Крім того, особливістю досліджуваного ринку є те, що на ньому формуються попит та пропозиція не лише на вирощену продукцію, але й на відходи, які отримуються в результаті її виробництва. Так, в умовах зростання міжнародного попиту на органічну продукцію на світовому ринку, відповідно, підвищується попит на органічні добрива, які використовуються під час її виробництва, а отже, пропозиція зростає. Отже, світовий ринок органічних добрив показує підвищення темпів свого росту.

Теоретичне підґрунтя розвитку органічного виробництва агропродовольчої продукції складають теорія сталого розвитку агросфери і біофізичний економікс, якими проголошено природоцентризм – на зміну антропоцентризму. У світлі зазначених теорій органічне виробництво – це галузь, покликана продукувати безпечні сировину і готову продовольчу продукцію шляхом використання у виробництві агроекологічних методів та біологічних факторів.

Регуляторами розвитку органічного виробництва є, з одного боку, екосистемне саморегулювання, з іншого – екологічний менеджмент. У зв'язку з цим, органічне виробництво агропродовольчої сировини і продукції має стати стрижнем національної стратегії сталого розвитку сільського господарства в цілому[8].

Органічне виробництво забезпечує досить широкий спектр екологічних ефектів. Серед них – відновлення якості земельних ресурсів шляхом ощадливих технологій обробітку ґрунту, дотримання сівозмін, використання «зелених» добрив та біологічних методів боротьби з шкідниками, збереження біорізноманіття, а також опосередковано – зниження забруднення водних ресурсів і атмосферного повітря[8].

Ринок органічних продуктів харчування як система економічних відносин, що формуються в процесі виробництва, обміну та споживання сільськогосподарської сировини та продуктів харчування. Інтерпретація терміна

“Ринок органічних продуктів харчування” характеризує його як багаторівневу, багатофункціональну систему, в якій наявні різні сектори виробництва та споживання, а їх суб'єкти мають свої особливості та суперечливі інтереси.

Світовий ринок органічних продуктів харчування визначається як механізм збалансування світового попиту та глобального постачання органічної їжі з бінарною стандартизацією: як результат - об'єктивний маркетинг однорідності попиту та імперативно-правової умови вступу до міжнародної торгової обмін.

Ринок органічних продуктів харчування складається з продажу органічних продуктів харчування та напоїв та супутніх послуг. Виробництво органічних продуктів харчування включає практики, що сприяють екологічній рівновазі та спрямовані на збереження біорізноманіття. Ці харчові продукти не використовують жодних харчових добавок або промислових розчинників. Очікується, що світовий ринок органічних продуктів харчування зросте з 201,77 млрд. дол. Зростання в основному пов'язано з тим, що компанії відновили свою діяльність та адаптувались до нових норм, відновлюючись від впливу COVID-19, що раніше призвело до обмежувальних заходів стримування, що передбачають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, що призвело до оперативні виклики. Очікується, що ринок органічних продуктів харчування досягне \$ 380,84 млрд. у 2025 р. при CAGR 14,5%.

181 країна є учасником міжнародної торгівлі органічною їжею, а ринок нараховує 97 мільярдів доларів (2017). Посеред 80% виробників органічної їжі зосереджено в Азії (40%), Африці (28%) та Латинській Америці (16%). До найбільших ринків органічних продуктів харчування належать США (43%), Німеччина (11%), Франція (9%) та Китай (8%). Північна Америка та європейські країни охоплюють 90% світових продажів органічних продуктів харчування та напоїв у роздрібних каналах; однак роль експорту країн Азії, Африки та Латинської Америки зростає. Список п'ятірки експортерів органічної їжі включає США, Італію, Нідерланди, Китай та Іспанію; до країн-імпортерів належать США, Франція, Іспанія, Туреччина та Канада. Найпопулярніші категорії товарів у товарній структурі - свіжі овочі, фрукти та культури; частка готових товарів

збільшується. Оскільки в деяких країнах, органічні ринки більш розвинені, вони часто диктують тенденції розвитку інших органічних ринків.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

### 2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльностіПрАТ «Оболонь».

Для аналізу було обрано ПрАТ «Оболонь». Загальна характеристика підприємства наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

#### Загальна характеристика ПрАТ «Оболонь»

Повне найменування	Приватне акціонерне товариство «Оболонь»
Скорочена назва	ПрАТ «Оболонь»
Назва англійською	PrivateJoint-StockCompanyObolon (PRJS Obolon)
Код ЄДРПОУ	05391057
Дат реєстрації	29.06.1993
Організаційно-правова форма	Акціонерне товариство
Форма власності	Недержавна власність
Основний вид діяльності	11.05 Виробництво пива
Адреса	Україна, 04212, місто Київ, Вул. Богатирська, будинок 3

Джерело: складено автором на основі [7]

У 1998 році «ОБОЛОНЬ», першою у харчовій галузі України, отримала сертифікат на систему управління якістю ISO 9001. Через 10 років корпорація першою сертифікувала одразу чотири системи управління (рис. 2.1).

Структура корпорації «ОБОЛОНЬ» формувалася довгі роки під впливом стратегії розвитку, що направлена на диверсифікацію виробництва, перехід на сировину власного виробництва, інноваційний підхід, абсолютну екологічну безпеку та повну соціальну відповідальність.

Корпорація «ОБОЛОНЬ» об'єднує 10 виробничих підприємств по всій Україні. Загалом у корпорації працює майже 4 тисячі людей.



Рис. 2.2. Стандарти управління на ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором на основі [24]

Розглянемо фінансово-економічну діяльність досліджуваного підприємства на основі Додатків А-Б. Для початку продемонструємо динаміку активів ПрАТ «Оболонь».

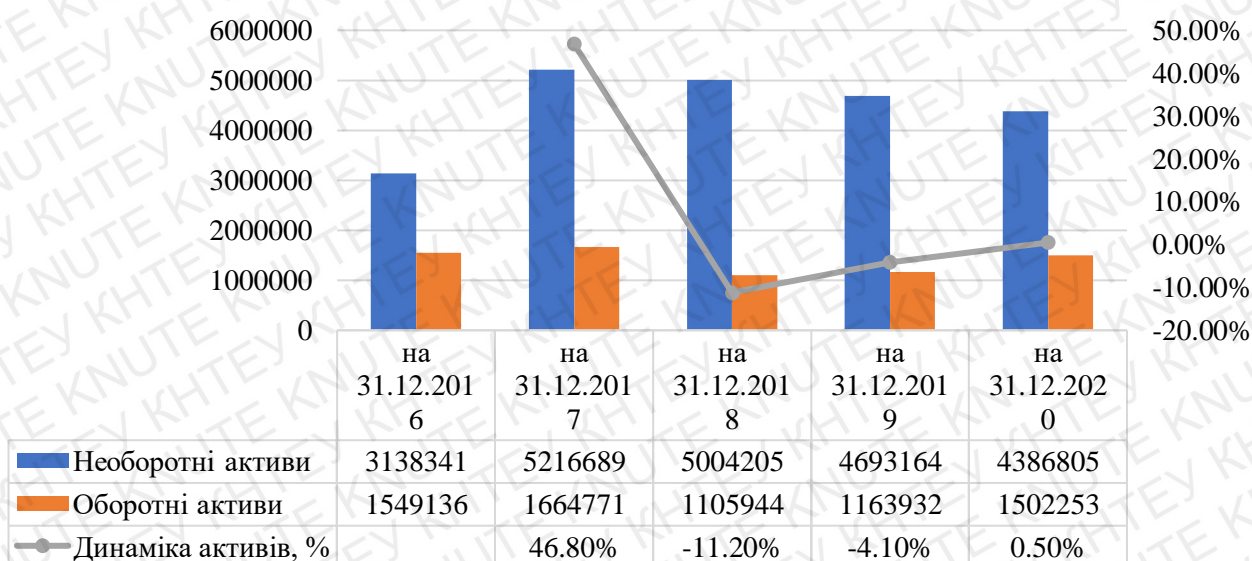


Рис. 2.3. Динаміка активів ПрАТ «Оболонь», тис. грн.

Джерело: складено автором на основі Додатку А

Отже, ми бачимо, що активи підприємства зросли на 46,80% у 2017 році, однак надалі активи поступово зменшувалися. Лише у 2020 році активи зросли за рахунок зростання оборотних активів. Загалом основну частку активів займають необоротні активи. Так, станом на 2020 рік необоротні активи складають 74% активів.

Розглянемо також пасиви підприємства:

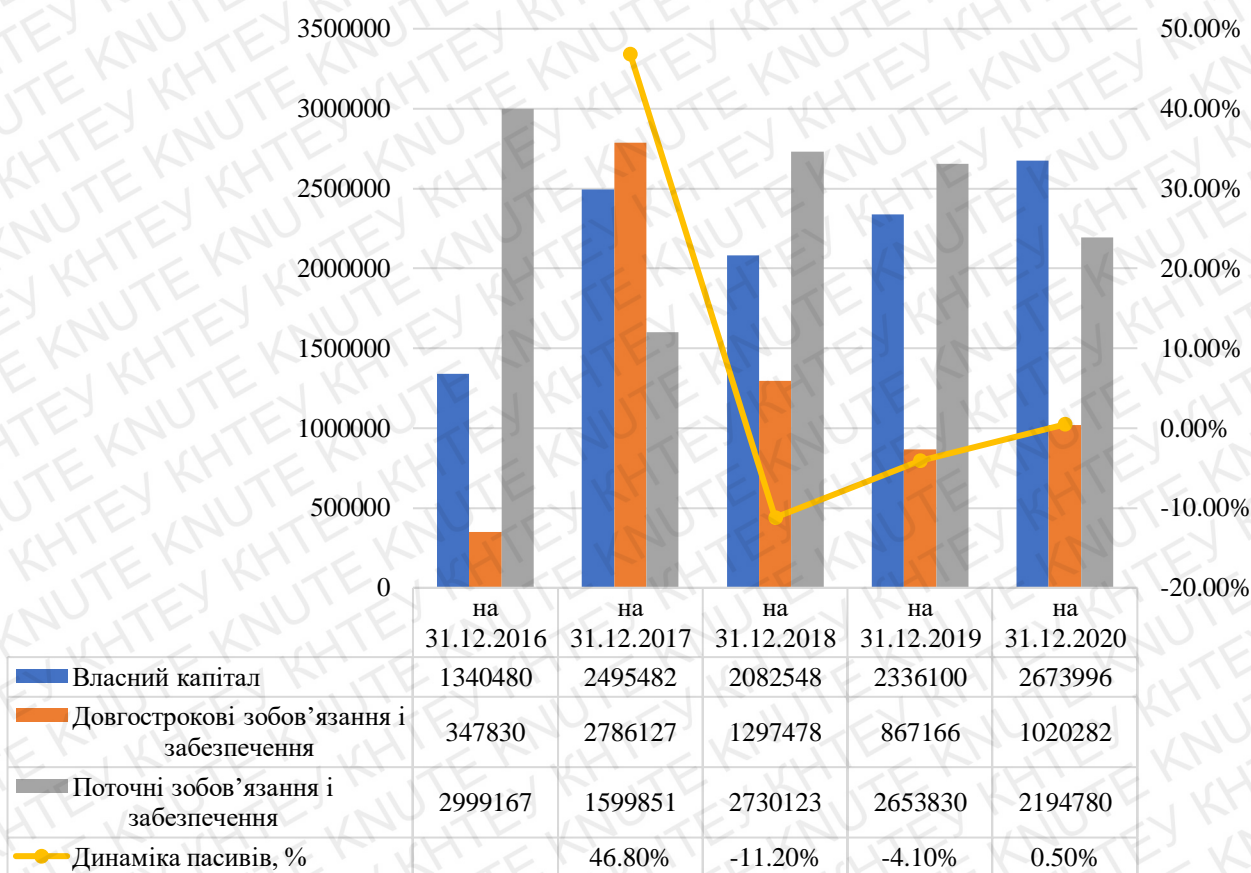


Рис. 2.4. Динаміка пасивів ПрАТ «Оболонь», тис. грн.

Джерело: складено автором на основі Додатку А

З рисунку 2.4. ми бачимо, що більшу частину пасивів підприємства у 2016 році займали поточні зобов'язання. Однак з 2017 року ситуація почала змінюватися, і станом на 2020 рік більшу частину займає власний капітал. При цьому пасиви повторюють динаміку активів.

Розглянемо також фінансові результати ПрАТ «Оболонь».

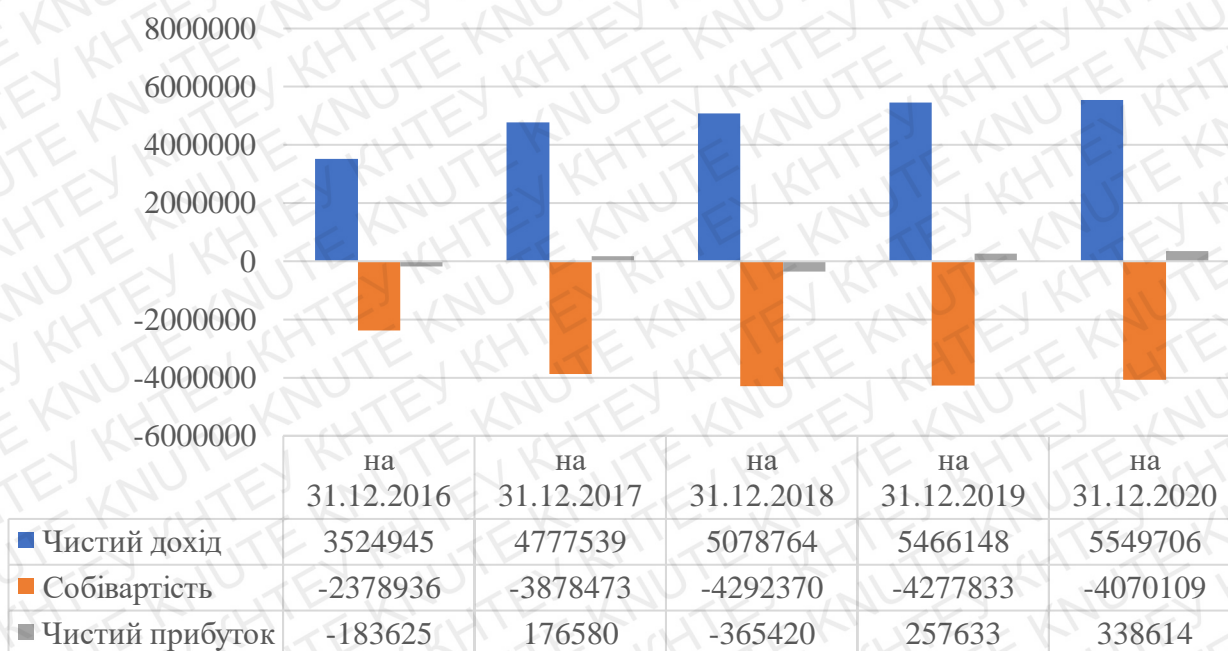


Рис. 2.5. Фінансовий результат ПрАТ «Оболонь», тис. грн.

Джерело: складено автором на основі Додатку Б

З рисунку 2.5 ми бачимо, що ПрАТ «Оболонь» - нестабільне підприємство. Так, 2016 та 2018 роки були збитковими. Для того, щоб робити певні висновки, доцільно проаналізувати фінансові показники підприємства. Розпочнемо з показників ліквідності.

Таблиця 2.5

### Показники ліквідності та платоспроможності ПрАТ «Оболонь»

Показник	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017	на 31.12. 2018	на 31.12. 2019	на 31.12. 2020	Нормативне значення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,00	0,03	0,01	0,01	0,01	0,15 – 0,2.
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,22	0,57	0,14	0,15	0,22	0,5 – 0,8
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,52	1,04	0,41	0,44	0,68	1 – 2.
Коефіцієнт ліквідності при мобілізації запасів	0,30	0,50	0,27	0,29	0,47	0,5 – 0,7
Коефіцієнт власної платоспроможності	-0,48	0,04	-0,59	-0,56	-0,32	-



## Продовження таблиці 2.5

Показник	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017	на 31.12. 2018	на 31.12. 2019	на 31.12. 2020	Нормативне значення
Коефіцієнт довгострокового фінансового забезпечення	0,43	0,48	0,42	0,50	0,61	0,5 – 0,7

Джерело: складено автором на основі [14]

ПрАТ «Оболонь» - неліквідне підприємство, його усі чотири показники ліквідності є меншими за нормативні. Що ж стосується платоспроможності, то станом на 2019-2020 роки ПрАТ «Оболонь» є платоспроможним.

Розглянемо також показники фінансової стійкості підприємства.

Таблиця 2.6

## Показники фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь»

Показник	на 31.12. 2016	на 31.12. 2017	на 31.12. 2018	на 31.12. 2019	на 31.12. 2020	Нормативне значення
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,40	0,57	0,52	0,66	0,83	0,6 – 0,7
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,29	0,36	0,34	0,40	0,45	> 0,5
Коефіцієнт заборгованості (фінансової напруги)	2,50	1,76	1,93	1,51	1,20	Не більше 0,5
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-0,94	0,04	-1,47	-1,28	-0,46	> 0 до 10%
Коефіцієнт маневрування	-1,08	0,03	-0,78	-0,64	-0,26	0,2 – 0,5
Коефіцієнт постійного активу	2,34	2,09	2,40	2,01	1,64	
Коефіцієнт відношення необоротних і оборотних активів	2,03	3,13	4,52	4,03	2,92	

Джерело: складено автором на основі [4]

Підприємство є фінансово стійким. Однак при цьому має проблеми з фінансовою незалежністю. Коефіцієнт фінансової напруги має доволі високе

значення. Крім того, досліджуване підприємство не забезпечене власними оборотними засобами в повній мірі.

Таблиця 2.7

## Показники ділової активності ПрАТ «Оболонь»

Показник	на	на	на	на	Нормативне значення
	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	
Коефіцієнт загальної оборотності активів	0,02	0,01	0,01	0,01	Збільшення
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	4,71	5,84	5,81	4,60	Збільшення
Коефіцієнт оборотності незавершеного виробництва	192,80	-	126,3	57,62	Збільшення
Коефіцієнт оборотності готової продукції	93,97	-	118,27	51,87	Збільшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,25	0,34	0,22	0,28	Збільшення
Термін одного обороту дебіторської заборгованості	1455,29	1073,35	1677,27	1313,02	Зниження
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,43	3,03	0,89	0,72	Зниження
Термін одного обороту кредиторської заборгованості	255,30	120,42	408,57	508,34	Зменшення
Фондовіддача	0,01	0,01	0,01	0,01	Збільшення

Джерело: складено автором на основі [13]

Фондовіддача підприємства на дуже низькому рівні. Варто також відмітити, що усі показники ділової активності мають динаміку, яка не відповідає нормативній.

Розглянемо також показники рентабельності підприємства.

Таблиця 2.8

**Показники рентабельності ПрАТ «Оболонь»**

Показник	на	на	на	на	Нормативне значення
	31.12. 2017	31.12. 2018	31.12. 2019	31.12. 2020	
Рентабельність підприємства	0,03	-0,06	0,04	0,06	Збільшення
Рентабельність власного капіталу	0,09	-0,16	0,12	0,14	Збільшення
Рентабельність необоротних активів	0,04	-0,07	0,05	0,07	Збільшення

Джерело: складено автором на основі [22]

Отже, ми бачимо, що станом на 2020 рік підприємство є прибутковим та рентабельним. В порівнянні з 2016 роком усі показники рентабельності зросли.

Наостанок розглянемо ймовірність банкрутства підприємства на основі моделі Альтмана.

Таблиця 2.9

**Аналіз імовірності банкрутства ПрАТ «Оболонь» на основі моделі Альтмана**

Показник	на 31.12. 2016	на 31.12. 2018	на 31.12. 2019	на 31.12. 2020	на 31.12. 2020
X1	0,33	0,24	0,18	0,20	0,26
X2	-0,05	-0,08	-0,12	-0,06	0,03
X3	0,00	0,03	0,00	0,02	0,06
X4	0,45	1,56	0,76	0,88	1,22
X5	0,11	0,01	0,01	0,01	0,01
Z	0,71	1,24	0,52	0,78	1,27

Так як протягом усього досліджуваного періоду показник  $Z < 1,8$ , то ймовірність банкрутства ПрАТ «Оболонь» дуже висока.

Загалом на основі проведеного дослідження можемо зробити висновок, що ПрАТ «Оболонь» - фінансово стійке, прибуткове підприємство, однак неліквідне, має проблеми з фінансовою незалежністю. Ймовірність банкрутства підприємства дуже висока.

## 2.2. Аналіз ефективності функціонування України на міжнародному ринку органічної продовольчої продукції

У 2007 році за ініціативи громадських організацій органічного руху, за підтримки Міністерства аграрної політики України, був створений орган з сертифікації «Органічний стандарт» для розгляду та видачі ліцензій підприємствам та фермерам, які необхідні для виробництва та продажу органічних продуктів [Error! Unknown switch argument.]. Цей орган з сертифікації визнаний у Європейському Союзі (ЄС) та Швейцарії [42]. За офіційними даними Міністерства аграрної політики України, у 2020 році налічувалося 550 сертифікованих функціонуючих сільськогосподарських підприємств. Найбільша кількість виробників органічної продукції зосереджена у таких районах: Вінницька, Житомирська, Київська, Одеська, Харківська та Херсонська області [37].

Українська органічна сільськогосподарська територія, виробники, обсяг і вартість продажу складають невеликий відсоток загального сільськогосподарського виробництва України, а також європейського та світового органічного сільського господарства (таблиця 2.10). Український органічний сільськогосподарський експорт включає кукурудзу, пшеницю, ячмінь, соняшник, сою, спельту, яблука/сік, горох, просо та ріпак. Кращі країни-імпортери - Нідерланди, Німеччина та Великобританія.

Таблиця 2.10

Основні показники розвитку органічного ринку в Україні, 2020

Індикатор	Цінність	Загальне сільське господарство України	Частка (%) в Європейському органічному ринку	Світовий органічний ринок
Органічні сільськогосподарські угіддя (га)	381000	0,911	2,617	0,546
Зони конверсії (га)	92000	0,220	0,632	0,132

Продовження таблиці 2.10

Індикатор	Цінність	Загальне сільське господарство України	Частка (%) в Європейському органічному ринку	Світовий органічний ринок
Сертифікований органічний продукт (га)	289000	0,691	1,985	0,414
Органічний сільськогосподарський бізнес	304	0,667	0,076	0,011
Виробники органічних продуктів	200	0,439	0,050	0,007
Органічні експортери/імпортери	169	0,371	2,053	1,255
Органічні переробники	87	0,191	0,122	0,099
Органічні виробники/фермери	504	1,106	0,127	0,018
Загальний дохід від експорту (тис. євро)	99000	0,658	0,265	0,108

Джерело: [51]

Український органічний ринок продовжує розвиватися. Станом на 2020 рік загальна частка органічних сільськогосподарських угідь була незначною (менше 1% загальної сільськогосподарської площі України). Тим часом Україна посідає 11 місце в Європі за кількістю сільськогосподарських угідь для органічного виробництва. Протягом 2016–2020 років площі органічного виробництва зросли в 1,5 рази. Приблизно 45,5% усієї органічної площі у 2020 році було посіяно під зернові культури [27].

Зростання органічного виробництва в Україні є одним із найвищих у світі: темпи зростання перевищують європейський у 5,5 разів, а світовий - у 4,9 рази [28]. Близько 90% органічної продукції, виробленої в Україні, експортується. Найпопулярніші органічні продукти, що експортуються з України, - це кукурудза, пшениця, ячмінь, соняшник, соя, спельта, яблука (сік), горох, просо та ріпак. Загальний обсяг експортованої органічної продукції склав 264 метричних тони, а

загальна вартість склала 99 мільйонів євро у 2020 році. Ця продукція експортувалася, зокрема, до Нідерландів, Німеччини, Великобританії. Така ситуація покращує платіжний баланс України, проте внутрішній ринок стикається з посиленням тиску з точки зору цін на органічні продукти. Відсутність місцевого ринку може спричинити відсутність стійкості органічного землеробства в Україні у разі економічних потрясінь, що призведе до спаду міжнародної торгівлі.

Низьке проникнення органічних продуктів на український ринок можна проілюструвати порівнянням із розвинутою економікою - США. В Україні внутрішній роздрібний продаж органічних продуктів складає 29 млн. євро, що відповідає 1 євро на одного жителя. Що стосується США, то внутрішній ринок становить 40 млрд. євро, що відповідає споживанню на душу населення 122 євро. Таким чином, український ринок органічних продуктів складає 0,072% від ринку США, а норма споживання на душу населення становить 0,82% від такої в США. США, як один із світових лідерів у виробництві кукурудзи, імпортують значну кількість органічної кукурудзи для потреб кормової промисловості та для виробництва органічної продукції тваринництва [29].

Українські підприємства займаються виробництвом та постачанням різних видів органічної продукції. Ми використовуємо дані про сертифікати, видані Органічним стандартом, для кількісної оцінки різних видів діяльності українських підприємств. Найбільша кількість сертифікатів видана виробникам органічних культур (переважно вирощування зернових). Бджільництво - другий найпоширеніший вид сертифікованого виду виробництва, де в п'ять разів менше видається сертифікатів у порівнянні з рослинництвом (рисунок 2.6.). Найменш популярним видом господарства є аквакультура. Що стосується складових ланцюга поставок, зовнішньоторговельні операції видаються найважливішою діяльністю після виробництва з точки зору кількості виданих сертифікатів. Роздрібна торгівля органічними продуктами була сертифікована для 69 підприємств України.

Як згадувалося вище, органічне сільськогосподарське виробництво України орієнтоване переважно на зовнішні ринки. ЄС - це ринок із вигідним

географічним розташуванням та розвинуеною логістичною мережею. Тому він став найпривабливішим ринком для експорту українських виробників органічної продукції. В Україні 489 органічних виробників впровадили стандарти, еквівалентні Регламенту Європейської Комісії № 834/07 та 889/08.

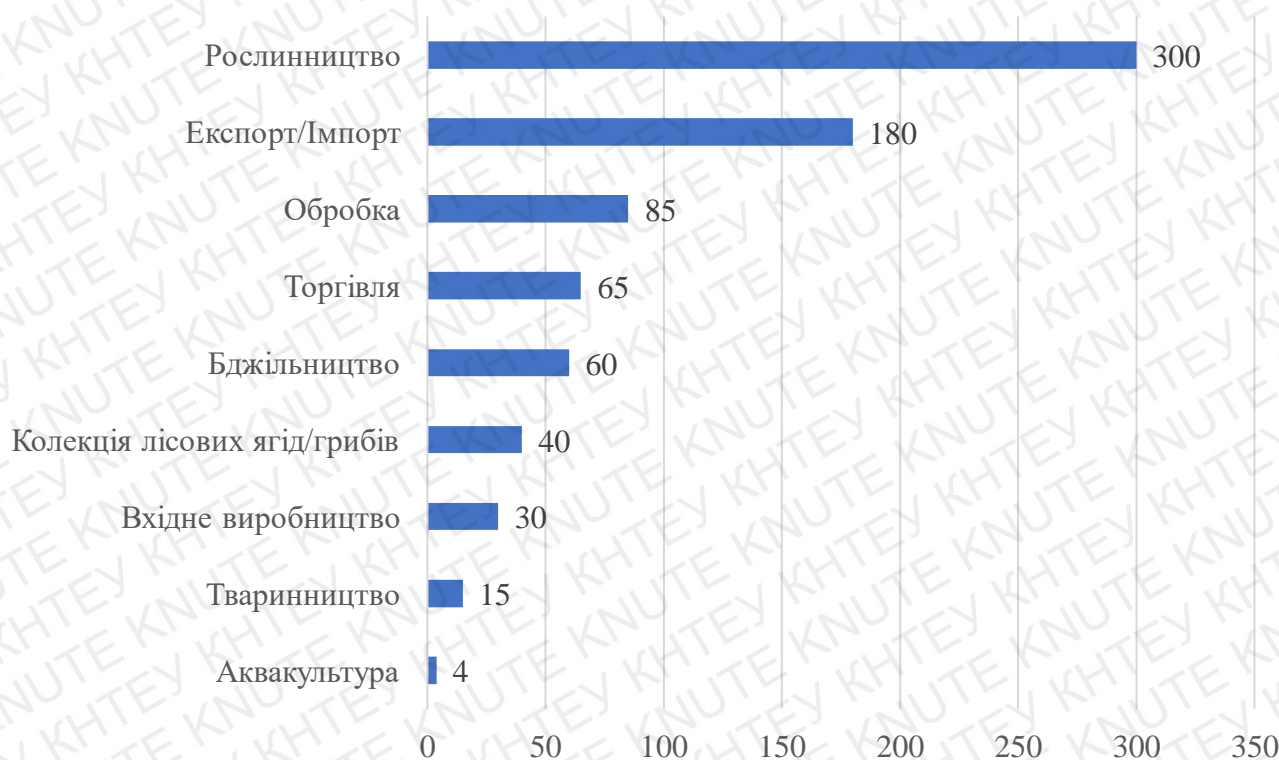


Рис. 2.6. Кількість підприємств, сертифікованих для певної діяльності станом на 2020 рік

Джерело: складено автором на основі [3]

Серед експортованої продукції більшість загального обсягу реалізації припадала на зернові (кукурудза, пшениця, ячмінь, просо) та технічні культури (соняшник, соя та ріпак). Частка сільськогосподарських культур у національній структурі експорту коливається від 0,02% соняшнику до 5,5% проса. Ці значення є досить низькими і мають збільшитися у разі реалізації успішної політики сприяння органічному землеробству.

Органічний сектор в Україні переважно орієнтований на експорт, оскільки 80–90% продукції продається за кордон. Домінуюча група включає сировинні товари та товари з низькою доданою вартістю: культури (47%), насіння, олійні

рослини, ягоди та мед. Україна є виробником понад 400 видів органічних товарів та експортує їх до Нідерландів, Німеччини, Великобританії, Італії, Австрії, Швейцарії, Бельгії та інших країн. Левову частку товарів імпортують США, Канада, Австралія та країни Азії [36; 39; 46; 48].

Наразі органічний сектор України представлений більш ніж 550 сертифікованими підприємствами, які обробляють понад 500 тисяч гектарів землі. Основними сертифікуючими компаніями в Україні є Organic Standard (Україна), Bio.Inspecta (Фрік, Швейцарія), Ecocert (L'Isle-Jourdain, Франція), CERES (Гапбург, Німеччина) та ControlUnion (Роттердам, Нідерланди). Органічний стандарт сертифікує більше 70% усіх операцій з органічних продуктів харчування в Україні. Динамічний розвиток українського ринку органічних продуктів харчування відбувається з 2008 року; за останні 5-6 років внутрішній ринок збільшився більш ніж на 500% (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Показники зростання для органічного сектору України

Рік/Індикатор	Органічна земля, %	Кількість виробників	Внутрішній ринок, млн. дол.
2014	0,65	182	5,6
2015	0,66	210	8,2
2016	0,95	360	13,4
2017	1,00	375	16,1
2018	1,00	434	19,3
2019	1,00	492	23,4
2020	0,70	550	32,4

Джерело: розраховано авторами за даними [3; 39]

Основна кількість виробників зосереджена в Одеській, Херсонській, Київській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Тернопільській та Житомирській областях. Лідерами на ринку органічних харчових продуктів України є ТОВ «Халекс-Агро», ТОВ «ЕтноПродукт», ТОВ «Діамант», ТОВ «Органік оригінал» та ТОВ «Агроєкологія» (табл. 2.12).



Таблиця 2.12

## Кращі виробники органічних продуктів харчування в Україні

Назва компанії	Органічний експорт	Розташування та органічна земля	Органічні сертифікати та орган з сертифікації
ТОВ «Халекс-Агро»	Органічні продукти: зерно (овес, жито, ячмінь, гречка, просо, кукурудза тощо). Експорт: Швейцарія, Німеччина, Угорщина, Нідерланди, Італія тощо.	Житомирська область, 8 тис. га	Сертифікат Інституту екології ринку (ІМО), Органічний стандарт
ТОВ «ЕтноПродукт»	Органічні продукти: молоко, сметана, йогурт, масло, мед, м'ясо, овочі, зернові та бобові. Експорт: Німеччина, Швейцарія, Норвегія, Нідерланди та Чехія.	Чернігівська область, 4 тис. га	Органічний стандарт, BioSuisse
ТОВ «Агрофірма Поле»	Органічні продукти: просо, органічні злаки, бобові та олійні культури. Експорт: Нідерланди, Німеччина, Австрія, Італія, Бельгія, Австралія, Малайзія, Польща, Чехія та Франція.	Черкаська область, 9 тис. га	Органічний стандарт, BioSuisse, QSCert
ТОВ «Діамант»	Органічні продукти: швидкі злакові пластівці з усіх видів бобових. Експорт: Румунія, Нідерланди та ОАЕ (5% –10% виробництва).	Полтавська область	Органічний стандарт
ТОВ «Агроекологія»	Органічні продукти: озима та яра пшениця, жито, ячмінь, овес, гречка, кукурудза та соняшник. Експорт: Швейцарія (90%) та Німеччина	Полтавська область, 8 тис. га	Органічний стандарт

Джерело: власна розробка на основі [26; 31; 32; 33; 47].

До основних проблем розвитку ринку органічних продуктів харчування відносяться відсутність належної державної підтримки органічного виробництва (це стосується програмного забезпечення, фінансової та консультаційної підтримки, створення сприятливого правового клімату), відносно низький рівень довіри іноземних покупців та пасивне використання маркетингових технологій для просування органічної продукції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Відзначається необхідність вертикальної інтеграції (кооперативи, кластери) виробників в органічному секторі країни з метою об'єднання виробничих та фінансових зусиль, обміну інноваціями та технологіями та побудови прямого діалогу між виробником та урядом [44-45].

Розглянемо продукцію ПрАТ «Оболонь». Так, підприємство торгує не лише пивом. Асортимент продукції підприємства наведена на рис. 2.7.



Рис. 2.7. Продукція ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором на основі [15]

З рисунку 2.7 ми бачимо, що серед усієї продукції ПрАТ «Оболонь» нас цікавить промислова продукція (рис 2.8).



Рис. 2.8. Промислова продукція ПрАТ «Оболонь»

Джерело: складено автором на основі [15]

Пивна дробина утворюється після фільтрації пивного суслу у процесі варки пива. Це натуральний, екологічно чистий продукт з високим вмістом протеїну. З неї можна виробляти біогаз, екологічне добриво, електроенергію, застосовувати при виготовленні хліба, макаронних та ковбасних виробів. Але найчастіше дробина застосовується у потребах сільського господарства як високоякісний корм для тварин, що є цілком натуральним, екологічно чистим та біологічно активним продуктом без хімічних домішок [12].

Отже, пивна дробина є єдиною органічною продукцією, яку виробляє ПрАТ «Оболонь».

Наостанок проведемо PESTEL-аналіз ринку органічної продукції України.

#### 1. Політичний

Ринок органічних харчових продуктів має можливість ще більше вдосконалювати свої стандарти, щоб забезпечити належне маркування органічних продуктів. ПрАТ «Оболонь» також має можливість розширити свій бізнес на

основі переваг угод про вільну торгівлю, наприклад, через нові локації за кордоном. Вплив урядової політики в галузі органічної харчової промисловості в Україні очевидний. Український спосіб життя змінюється. Молоді українці більш зайняті, активніші і, здавалося б, більше піклуються про здоров'я, ніж будь-коли раніше. Зміна споживчих звичок охоплює націю – не в останню чергу в секторі органічної їжі. Наразі обізнаність про органічні продукти та споживання є дещо низькою. Багато українських споживачів відчують себе більш екологічними, а продукти, орієнтовані на здоров'я, є чимось на кшталт предмета розкоші. Ті, хто їсть і п'є органічні продукти, як правило, мають вищу освіту, живуть у міських районах і мають вищий рівень доходу.

## 2. Економічний

Обговорення економічного зростання в країні має вирішальне значення для будь-якої економічної діяльності, наприклад, для виробництва органічної харчової промисловості. Зростання в секторах економіки підвищить рівень доходів і, таким чином, покращить рівень життя людей. Таким чином, є чотири елементи, які можуть впливати на зростання або попит на органічні продукти харчування або сільське господарство. Високий рівень економічного зростання (зростання ВВП), низький рівень безробіття, низький рівень інфляції та зовнішній баланс між експортом та імпортом є важливими елементами, на яких підприємці повинні орієнтуватися.

## 3. Соціальний

Елементи соціальних установок, такі як соціальний клас і соціально-економічні угруповання, впливають на індустрію органічної їжі. Наслідок двох елементів очевидний у тенденції попиту на органічні продукти харчування. Звичка до здорового харчування та усвідомлена цінність того, що органічна їжа тісно пов'язана зі здоровою їжею та харчуванням, впливає на попит на органічну їжу. Крім соціального класу, такі елементи, як розподіл доходу на національному, регіональному та професійному рівнях, також відіграють роль у зміні попиту або діяльності на органічну харчову промисловість.

## 4. Технологічний

Промисловість органічної харчової промисловості України невелика в порівнянні з деякими країнами ЄС, але розвивається дуже швидко. Той факт, що українська сільськогосподарська індустрія переходить від однієї кризи до іншої, фермери вирішують знайти рішення, щоб підвищити свою прибутковість. Набагато більше фермерів переходять від інтенсивного сільського господарства до потреб на ринку, виробляючи високоякісні спеціальні харчові продукти, які є органічними. Крім нових методів підвищення продуктивності та нового типу їжі, розвиток технологій також покращив спосіб розповсюдження або продажу органічної їжі. Інтернет-революція дозволила фермерам обійти роздрібних продавців і спілкуватися безпосередньо з кінцевими користувачами.

#### 5. Юридичний

Правові аспекти, пов'язані з харчовою промисловістю, пов'язані із змінами в державній політиці зараз і в майбутньому. Вплив змін правових факторів є значним, і кожна зміна, зроблена урядом, зазвичай хвилює фермерів. У галузі органічної харчової промисловості урядова політика, нормативні акти та вимоги міжнародних харчових стандартів є одними з важливих елементів, які необхідно враховувати. Урядова політика заохочення вирощування органічних продуктів харчування, свідомість споживачів щодо безпеки та реальність переваг органічної їжі, а також міжнародне поширення як на місцевому рівні, так і в нормативно-правових актах щодо підтримки якості органічної їжі потребує постійного спостереження.

#### 6. Екологічні

Органічні продукти харчування часто сприймаються як один з екологічно чистих методів вирощування рослинництва. Часто говорять про те, що органічне сільське господарство не дає фермерам великого контролю над введенням поживних речовин у порівнянні з виходом. Таким чином, органічні фермери дуже покладаються на введення поживних речовин, отриманих з гною, подрібнених мінералів, таких як елементарна сірка і фосфати, і фіксації азоту. Оскільки це один із методів, які використовують фермери, вміст поживних речовин у вирощуваних культурах часто досить непередбачуваний.

Індустрія органічного харчування – це галузь, яка розвивається, виходячи з запитів споживачів і цінного сприйняття її внеску в здорові звички харчування. Практика органічного землеробства безпечна і продовжує зберігати наші природні ресурси є достатньою підставою для підтримки органічних фермерів в Україні. Отже, ця структура розроблена з наміром допомогти та направляти органічних фермерів, розглядаючи деякі з важливих елементів, які відіграють вирішальну роль у її підтримці та розвитку.

## **Висновки до розділу 2**

ПрАТ «Оболонь» - фінансово стійке, прибуткове підприємство, однак неліквідне, має проблеми з фінансовою незалежністю. Ймовірність банкрутства підприємства дуже висока.

Пивна дробина утворюється після фільтрації пивного суслу у процесі варки пива. Це натуральний, екологічно чистий продукт з високим вмістом протеїну. З неї можна виробляти біогаз, екологічне добриво, електроенергію, застосовувати при виготовленні хліба, макаронних та ковбасних виробів. Але найчастіше дробина застосовується у потребах сільського господарства як високоякісний корм для тварин, що є цілком натуральним, екологічно чистим та біологічно активним продуктом без хімічних домішок.

Стратегічний напрямок розвитку органічного сектору в Україні передбачає впровадження інституційних виробничих та торговельних баз (правова база органічних стандартів та програм та спільних міжнародних проектів підтримки органічних виробників, що включатиме надання фінансової, технічної та консультаційної допомоги), створення відповідної інфраструктури, вертикальна інтеграція (кластери та кооперативи) та концепція розвитку маркетингу. Потенційні сфери розвитку продукції та географічної структури зосереджуються на нішевих продуктах, які в деяких регіонах слабо представлені, зокрема, свіжих овочів, таких як солодка картопля, спаржа, брокколи та цвітна капуста; крупи; олійні культури; бобові (соєві боби, льон і спельта); та такі фрукти, як малина, полуниця та чорниця. Орієнтація на нішові групи продуктів обумовлена, по -

перше, їх відносно високою рентабельністю, по -друге, наявністю відповідної землі (у тому числі тієї, що не використовується для органічного виробництва), по-третє, наявністю незадоволеного попиту на ці товари. Збільшення нішового експорту зосереджено переважно на європейських країнах, оскільки Україна має відкритий, великий регіональний ринок (завдяки зоні вільної торгівлі) та певні налагоджені торговельні відносини з деякими європейськими імпортерами (Нідерланди, Німеччина, Франція та інші), а також ЄС має економічний інтерес до розвитку органічного виробництва в Україні, оскільки Україна розглядається як «сільськогосподарський центр» - один з найважливіших постачальників органічної продукції.

Українська органічна сільськогосподарська територія, виробники, обсяг і вартість продажу складають невеликий відсоток загального сільськогосподарського виробництва України, а також європейського та світового органічного сільськогосподарства (таблиця 2.4). Український органічний сільськогосподарський експорт включає кукурудзу, пшеницю, ячмінь, соняшник, сою, спельту, яблука/сік, горох, просо та ріпак. Кращі країни-імпортери - Нідерланди, Німеччина та Великобританія. Український органічний ринок продовжує розвиватися. Станом на 2020 рік загальна частка органічних сільськогосподарських угідь була незначною (менше 1% загальної сільськогосподарської площі України). Тим часом Україна посідає 11 місце в Європі за кількістю сільськогосподарських угідь для органічного виробництва. Протягом 2016–2020 років площі органічного виробництва зросли в 1,5 рази. Приблизно 45,5% усієї органічної площі у 2020 році було посіяно під зернові культури. Органічний сектор в Україні переважно орієнтований на експорт, оскільки 80–90% продукції продається за кордон. Домінуюча група включає сировинні товари та товари з низькою доданою вартістю: культури (47%), насіння, олійні рослини, ягоди та мед. Україна є виробником понад 400 видів органічних товарів та експортує їх до Нідерландів, Німеччини, Великобританії, Італії, Австрії, Швейцарії, Бельгії та інших країн. Левову частку товарів імпортують США, Канада, Австралія та країни Азії.

### РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

#### 3.1. Напрями посилення позицій української органічної продовольчої продукції на світовому ринку

Українське позиціонування органічної продукції на рівні держави та її регіонів розвинене слабо. Великий вплив відчувається на експортну продукцію цього сегменту. Розширення кордонів внутрішнього та зовнішнього ринків органічної продукції повинно здійснюватися лише при впровадженні мотиваційних механізмів сприйняття товару, визначенні напрямів та аспектів позиціонування. Сприйняття українського органічного продукту дає підстави визначити проблеми, які стримують процес позиціонування, а саме (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Проблеми сприйняття органічних продуктів українськими споживачами

Джерело: складено автором на основі [11]



Найбільше споживання органічної продукції в країнах з найвищими доходами. У цих країнах ринок щорічно зростає на 10-15%. Водночас розвинені країни щороку збільшують виробництво органічної продукції. Оскільки попит на органічні продукти залежить не від розміру гаманця, а від обізнаності про вжиті дії. В Україні споживання органічних продуктів обмежується економічною моделлю поведінки споживачів, яка ґрунтується на підході переваг у ціні. Це означає, що споживач звертає увагу лише на ціну, яка для органічних продуктів вища, ніж на традиційні продукти, і, отже, частіше відмовляється від продуктів. Проблема в тому, що на думку покупця, переваги якісних характеристик органічного продукту не переважають над показниками оцінки вартості.

Можна стверджувати, що Україна - країна з великими можливостями для органічного сільськогосподарського виробництва. Це пов'язано з географічним розташуванням держави, її природно-економічним потенціалом, підтримкою розвитку та просуванням країн-донорів, бажанням сільськогосподарських виробників збільшити обсяги виробництва в органічному секторі, доступом до ринків Європейського Союзу (ЄС). Але суттєвою проблемою сповільнення в органічному сегменті є низька сприйнятливність на внутрішньому органічному ринку, відсутність іміджевої підтримки виробників та залучення уряду до інформації - консультативна підтримка та інформаційна кампанія щодо культури споживання органічних продуктів.

Але реалії вказують на позитивні зрушення. Для суспільства головною тенденцією є «бути здоровим», засоби масової інформації, зовнішня реклама, Інтернет-блогери щодня пропонують нам займатися спортом та харчуватися здоровою (органічною) їжею. Так у свідомості споживача формується думка про те, що: здоров'я - головний елемент успіху та показник певного добробуту. Ось чому ті ж мотиви істотно вплинуть на збільшення попиту на ринок органічної продукції та стимулюватимуть виробників збільшувати виробництво як у державі, так і за кордоном.

Стратегічний напрям розвитку органічного сектору в Україні передбачає впровадження інституційних виробничих та торговельних баз (правова база

органічних стандартів та програм та спільних міжнародних проектів підтримки виробників органічної продукції, що включатиме надання фінансової, технічної та консультаційної допомоги), створення відповідної підтримки інфраструктури, вертикальної інтеграції (кластери та кооперативи) та концепції розвитку маркетингу. Потенційні сфери розвитку продукції та географічної структури зосереджуються на нішевих продуктах, які в деяких регіонах слабо представлені, зокрема, свіжих овочів, таких як солодка картопля, спаржа, броколі та цвітна капуста; крупи; олійні культури; бобові (соєві боби, льон і спельта); та такі фрукти, як малина, полуниця та чорниця. Орієнтація на нішові групи продуктів обумовлена, по-перше, їх відносно високою рентабельністю, по-друге, наявністю відповідної землі (у тому числі тієї, що не використовується для органічного виробництва), по-третє, наявністю незадоволеного попиту на ці товари. Збільшення нішового експорту зосереджено переважно на європейських країнах, оскільки Україна має відкритий, великий регіональний ринок (завдяки зоні вільної торгівлі) та певні налагоджені торговельні відносини з деякими європейськими імпортерами (Нідерланди, Німеччина, Франція та інші), а також ЄС має економічний інтерес до розвитку органічного виробництва в Україні, оскільки Україна розглядається як «сільськогосподарський центр» - один з найважливіших постачальників органічної продукції та, відповідно, імпортери.

Зростання світового попиту на органічні продукти харчування спричинило динаміку конкуренції на міжнародному ринку. Органічні продукти є результатом використання різноманітної кількості розумних та інноваційних технологій виробництва органічних продуктів харчування. Таким чином, постійне виробництво інноваційних рішень та впровадження інновацій у процес виробництва органічних продуктів харчування для підтримки сталого землеробства є невід'ємною частиною розвитку органічного сектору. Країнами-драйверами є країни Північної Америки, країни ЄС та деякі країни Азії (переважно Китай), а країни Африки - аутсайтери. Серед домінуючих тенденцій на ринку є:

- цифровізація виробництва та торгівлі;

- поширення альтернативних сільськогосподарських методів;
- модернізація методів роботи та навчання;
- функціональна диверсифікація агробізнесу;
- екологізація виробництва та міжнародної торгівлі;
- швидка швидкість його зростання;
- концентрація виробників органічних продуктів у країнах Азії, Африки та Латинської Америки та споживачів у Північній Америці та країнах ЄС.

Специфічною тенденцією є популяризація попиту на рослинні продукти; розширення асортименту безглютенних, гіпоалергенних, білкових та веганських продуктів, які вважаються основою веганських звичок харчування; а також поява нових сегментів на ринку товарів (екологічно чисті, безкоштовні та непотрібні) та послуг (U-pick та арготуризм).

Ринок органічних продуктів харчування України характеризується недостатньо розвиненим інституційним середовищем, відсутністю належної державної фінансової підтримки, диспропорцією між органічною сировиною та експортом готової органічної продукції, неефективною системою розподілу, низьким рівнем обізнаності населення про переваги та домінування органічних продуктів харчування. малий та середній бізнес. Основною тенденцією є надмірна експортна орієнтація ринку та слабка диверсифікація товарів та географічної структури одночасно. Експортно-орієнтована модель вітчизняного органічного сектору та вертикальна інтеграція учасників ринку потенційно можуть сприяти отриманню конкурентних переваг на світовому ринку органічних продуктів харчування, що сприятиме оптимізації виробництва та структури торгівлі, кооперативам виробників, досвіду та обміну інноваційними технологіями. Експортний потенціал органічного сектору України може бути реалізований шляхом підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку органічних продуктів харчування шляхом задоволення попиту на певну категорію товарів, обсяг та асортимент яких недостатньо представлений у деяких регіонах, та розробку нових продуктів харчування логістичні схеми.

З метою забезпечення розвитку органічного сільського господарства, зважаючи на європейську орієнтацію України, є нагальна потреба в розробці Програми розвитку органічного аграрного виробництва, яка має витікати із ключових завдань Програми соціально-економічного розвитку держави в цілому, як екологічно, соціально та економічно доцільного напрямку виробничої діяльності на державному й регіональному рівнях. Уважаємо, що для їх максимально повної реалізації необхідно розробити дієвий механізм забезпечення органічного аграрного виробництва (рис. 3.2).

Розвиток органічного виробництва має ґрунтуватися на сукупності принципів, до яких, на нашу думку, слід віднести такі: оптимальності, пріоритетності, варіативності, соціальної спрямованості, інтеграції, об'єктивності, відповідальності й ефективності.

У майбутньому розвиток українського ринку органічної продукції відбуватиметься за одним із трьох можливих варіантів. Згідно з першим варіантом основне виробництво органічної сільськогосподарської продукції буде зосереджено на середніх та великих підприємствах і продаватиметься переважно на зовнішньому ринку. У цьому випадку домінуватиме продаж сировини, а не продуктів, придатних для споживання. Крім того, будуть створені невеликі компанії, зацікавлені в органічному виробництві для внутрішнього ринку. Держава відіграватиме другорядну роль у підтримці розвитку органічного виробництва. У такому випадку органічне виробництво буде зростати середньорічними темпами за останні п'ять років.

Другий варіант збільшить обсяги державної підтримки розвитку органічного сільського господарства та розвитку відповідної інфраструктури; основна увага буде приділятися розвитку органічного виробництва в дрібних господарствах, зокрема, створенню спеціалізованих сімейних ферм та створенню на їх основі обслуговуючих кооперативів. Зазначені факти сприятимуть наповненню внутрішнього ринку органічними продуктами, збільшать зайнятість у сільській місцевості, однак не дозволять повного розширення потенціалу органічного виробництва в Україні.



Рис. 3.2. Механізм забезпечення розвитку органічного аграрного виробництва

Джерело: складено автором на основі [11]

Третій варіант - створити умови для забезпечення комплексного розвитку органічного ринку, що передбачає раціональний розвиток конкурентоспроможного, диверсифікованого органічного сільського господарства, сприятливого інвестиційного середовища через партнерство уряду та бізнесу. Це створить належну правову базу діяльності, гармонізовану із

законодавством ЄС, розвине переробну промисловість та ринкову інфраструктуру. Наступні явища дадуть можливість збільшити органічне виробництво, його продаж на зовнішньому ринку та наповнити внутрішній ринок. Для вирішення існуючих проблем та визначення пріоритетів для подальшого розвитку цього сегменту ринку краще вибрати третій варіант як такий, який найбільше відповідає інтересам суспільства в цілому.

Для подальшого розвитку органічного виробництва в Україні необхідно вирішувати індивідуальні завдання.

По -перше, розробити відповідну нормативно-правову базу для державного регулювання розвитку цього ринку. Це вимагає імплементації органічного законодавства України до законодавства Європейського Союзу, забезпечення чітких та прозорих правил функціонування органічного сектору, враховуючи державну підтримку такого виробництва та реалізації. Крім того, необхідно створити та підтримати державні органи для інституційного розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції на національному та регіональному рівнях.

По-друге, створити ефективне бізнес-середовище та сприяти розвитку органічної торгівлі. Це вимагає впровадження соціально-економічних стимулів для зростання обсягів торгівлі та якості органічної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, захисту прав споживачів від недобросовісної конкуренції та формування позитивного іміджу України на міжнародному рівні.

По-третє, забезпечити підготовку фахівців органічного виробництва та збуту. Необхідно розробити та впровадити відповідну програму підготовки спеціалістів у ступені бакалавра, магістра та надання державної підтримки для їх впровадження.

По-четверте, сприяти поширенню інформації про органічні продукти та їх просування на потенційному сегменті внутрішнього ринку. Це потребує підвищення обізнаності споживачів та виробників про органічні продукти шляхом впровадження системного підходу та державної підтримки у сфері комунікацій. Крім того, необхідно поширювати знання серед сільськогосподарських

виробників про особливості органічного виробництва шляхом надання консультацій, проведення семінарів, конференцій та інших інформаційних заходів.

Вирішення цих завдань сприятиме збільшенню кількості підприємств з виробництва органічної продукції; розширенню сертифікованої землі, придатної для підтримки такого виробництва, зростанню продажів органічної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Для ПрАТ «Оболонь» доцільно розпочати експортувати органічну продукцію – пивну дробину. Так, підприємство вже здійснює експорт власної продукції у більш ніж 60 країн світу, однак експорт відбувається лише пива, слабоалкогольних та безалкогольних напоїв. Органічна продукція – нова ніша, на якій доцільно встигнути зайняти свою позицію.

Для початку доцільно визначити ринок, на який доцільно вийти ПрАТ «Оболонь». Для аналізу оберемо п'ять країн ЄС, які мають потребу в органічній продукції: Франція, Італія, Іспанія, Польща, Бельгія.

За допомогою комплексного методу оберемо країну, яка є найбільш привабливою для експорту.

Таблиця 3.1

**Дані для комплексного аналізу маркетингового середовища країн -  
потенціальних партнерів**

Показник	Коеф. важл.	Франція	Італія	Іспанія	Польща	Бельгія
Чисельність населення, млн. чол..	0,2	67,19	60,59	46,53	38,43	11,35
ВВП, млрд. дол. США	0,2	2583	1935	1311	524,5	492,7
ВВП на душу населення, дол.. США	0,2	38 476,66	31 952,98	28 156,82	11 811,66	43 323,81
Частка транспортних витрат в ціні, %	0,1	12	8	12	5	10
Рівень безробіття, %	0,1	8,8	10,5	14,1	3,7	5,6

## Продовження таблиці 3.1

Показник	Коеф. важл.	Франція	Італія	Іспанія	Польща	Бельгія
Рівень інфляції, %	0,1	-0,4	0,98	-1,2	1,7	2,33
Рівень урбанізації, %	0,1	80,2	70,1	80,1	65	98

Джерело: складено автором на основі [41]

На основі таблиці 3.1. розрахуємо бали для комплексного аналізу та сумарний бал аналізованих держав.

Таблиця 3.2

### Комплексний аналіз маркетингового середовища країн - потенціальних партнерів

Показник	Коеф. важл.	Франція	Італія	Іспанія	Польща	Бельгія
Чисельність населення, млн. чол..	0,2	1	1	0,8	0,6	0,2
ВВП, млрд. дол. США	0,2	1	0,8	0,4	0,2	0,2
ВВП на душу населення, дол. США	0,2	1	0,8	0,6	0,2	1
Частка транспортних витрат в ціні, %	0,1	0,1	0,3	0,1	0,5	0,2
Рівень безробіття, %	0,1	0,3	0,2	0,1	0,5	0,5
Рівень інфляції, %	0,1	0,4	0,2	0,5	0,1	0,1
Рівень урбанізації, %	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,5
Всього	1	4,1	3,4	2,8	2,2	2,7

Джерело: складено автором на основі таблиці 3.1

Отже, на основі проведеного комплексного аналізу ми бачимо, що з-поміж обраних країн більше підходить Франція. Крім того, варто відмітити, що наразі органічна продукція у Франції стає все більш популярною. Тому даний ринок є доволі перспективним.



### 3.2. Прогнозна оцінка наслідків запровадження запропонованих заходів

Для більшого ефекту від переходу на органічне сільське господарство його слід запровадити на сімейних фермах. Такі впровадження вирішать багато економічних та соціальних проблем в Україні. Наприклад, таким чином ми можемо вирішити проблему безробіття та проблему бідності шляхом самозайнятості людей на власній землі. Це можливо, тому що багато українців мають землю. Крім того, законодавча база дає можливість отримати землю тим, хто її ще не має.

Якщо говорити про світову практику, «з більш ніж 570 мільйонами фермерських господарств у 93 країнах більше 500 мільйонів є сімейними фермами». На сімейних фермах виробляється щонайменше 56% сільськогосподарської продукції. Такі підприємства обробляють більшість сільськогосподарських угідь у світі: 83% - у Північній та Центральній Америці, 68% - у Європі, 85% - у Азії, 62% - у Африці. Лише в Південній Америці ця частка становить 18% [2].

Тепер великі сільськогосподарські господарства орендують землі більшості власників земельних ділянок в Україні і виплачують їм лише кілька відсотків від своїх доходів. Володіння часто порушують права власників землі. У цьому випадку початок сімейного фермерського бізнесу може вирішити проблеми землевласників.

В Україні зараз важко розпочати новий бізнес, але є деякі способи допомогти фермерам розпочати органічний бізнес, наприклад, це державні субсидії. У розвинених країнах рівень державних субсидій у відсотках від вартості сільськогосподарського виробництва за останні роки склав: у Швейцарії - 73%, Норвегії - 70%, Японії - 63%, ЄС - 45% (для порівняння: в Україні становить лише 4,3%) [2]. Отже, важливо збільшити рівень субсидій для сільськогосподарського бізнесу в Україні.

Ці дотації допоможуть не тільки фермерам, наприклад, в ЄС 25% субсидій можуть бути спрямовані на впровадження новітніх технологій, що гарантують

безпеку харчових продуктів, соціальний розвиток сільських територій. За винятком субсидій усім фермерам, європейські країни надають субсидії конкретному органічному агробізнесу. У Німеччині органічні ферми отримують від 350 до 1 тис. євро субсидій з гектара [11].

Ще одна річ, яка може допомогти розвитку сімейних ферм, - це податкові пільги. Прикладом для України можуть бути західні країни з пануванням прогресивної податкової системи, в якій більшість фермерів належать до пільгових платників податків. Тому частка податків, які сплачуються фермерами у їх загальних витратах, є незначною (коливається від 2,5 до 6%) [2]. Замість цього український уряд планує збільшити податки майже для всіх груп підприємців.

Низькі кредити та співпраця між невеликими фермами у купівлі техніки можуть допомогти отримати початковий капітал та техніку. У цьому випадку реформа децентралізації може допомогти фермерам. Таким чином, гараж кооперативної сільськогосподарської техніки для сімейних ферм можна було б організувати на базі об'єднаних громад.

Усі факти, які були представлені, допомогли нам створити схему, яка демонструє синергетичний ефект широкого впровадження органічних сімейних ферм в Україні (рис. 3.3). Ця схема показує позитивні наслідки для економіки, навколишнього середовища, українського суспільства та політичного становища нашої країни у світі.

Наша країна має великий сільський потенціал та достатньо чистих ґрунтів (у 2 рази більше, ніж у ЄС). Впровадження органічного сімейного фермерства в Україні зробить синергетичний ефект для економіки, навколишнього середовища, українського суспільства та політичного іміджу нашої країни. Ми запропонували деякі заходи для розвитку органічного сільського господарства. Для реалізації цих заходів необхідні суспільний інтерес та політична воля. Необхідно також окреслити заходи, які можуть допомогти досягти цих ефектів.

Нижче наведено такі заходи:

1. Сформувати повну правову базу для органічного та сімейного господарства. Створити регуляторні органи у сфері органічного сільського господарства.
2. Здійснити державну підтримку органічного землеробства шляхом субсидій, податкових пільг тощо.
3. Створити невеликі сільськогосподарські кооперативи, об'єднати громади.
4. Організувати роздрібних торговців, що спеціалізуються на органічних продуктах.
5. Не тільки вирощувати, а й переробляти органічні продукти.
6. Проводити інформаційно-просвітницькі програми з питань органічного та сімейного сільського господарства.

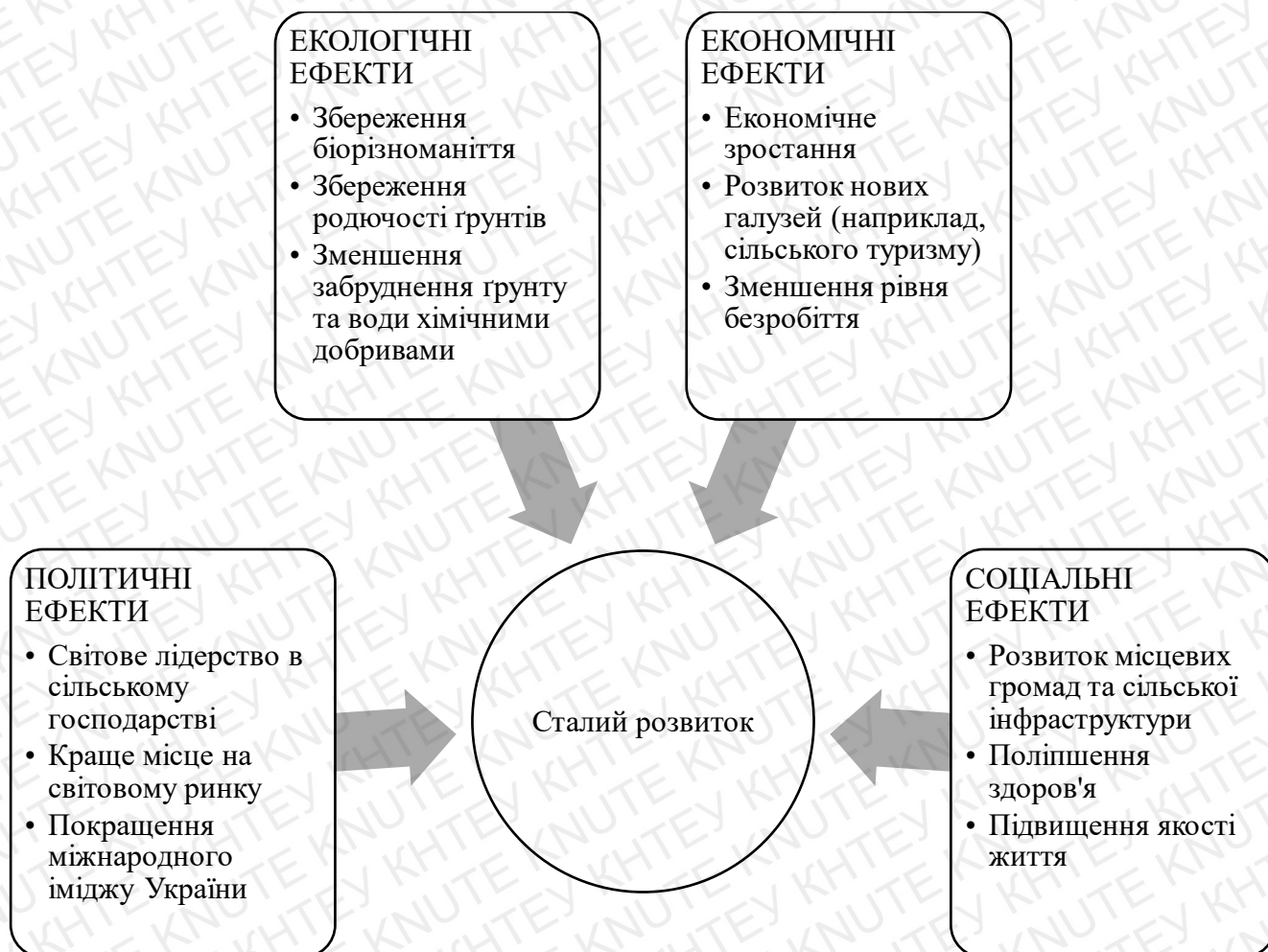


Рис. 3.3. Синергетичний ефект органічного сімейного фермерства

Джерело: складено автором

Тепер Україна має шанс покращити економічну ситуацію завдяки змінам у сільськогосподарській галузі. Одним із шляхів позитивних змін в сільському господарстві України є широке впровадження органічного сімейного господарства.

Органічне виробництво має стати пріоритетним напрямком розвитку вітчизняного сільського господарства. Це дозволить реалізувати концепцію сталого розвитку агросфери і має на меті забезпечити суспільству безпеку, високоякісну їжу, збереження та покращення навколишнього середовища.

Розширення органічного сільського господарства в Україні сприятиме:

- відтворенню родючості ґрунтів та збереженню навколишнього середовища;
- розвитку сільських територій та підвищенню рівня життя сільського населення;
- підвищенню ефективності та рентабельності сільськогосподарського виробництва;
- забезпеченню здорового споживчого ринку якісною продукцією;
- посиленню експортного потенціалу;
- покращенню іміджу України як виробника та експортера високоякісних здорових органічних продуктів;
- забезпеченню продовольчої безпеки в Україні;
- поліпшенню загального добробуту громадян держави.

Стратегічне управління органічним сектором аграрної економіки слід здійснювати із використанням основних положень розробленого концептуального підходу, що ґрунтується на поєднанні державно-приватного партнерства та маркетингу взаємовідносин, синергія яких забезпечуватиме державну фінансову і організаційну підтримку, зниження трансакційних витрат органічних товаровиробників, розвиток і зміцнення соціальних зв'язків, індивідуалізацію і персоніфікацію відносин, продуктів і послуг, формування завершених ланцюгів вартості, довгостроковість відносин, конкуренто-спроможність та зміцнення

позицій на ринку. Регулювання органічного сектора аграрної економіки на засадах державно-приватного партнерства запропоновано здійснювати з урахуванням специфіки об'єктів та механізмів впливу, використанням диференційованих інструментів (стимулюючих, адаптуючих, компенсуючих, протидіючих) та джерел фінансування.

Для ПрАТ «Оболонь» доцільно визначити ефективність розроблених заходів.

Таблиця 3.3

Прогнозування витрат підприємства внаслідок виходу на ринок органічної продукції Франції

Стаття	Без експорту, тис.грн	З експортом., тис.грн
Виробнича собівартість	4070109	5295872
Комерційні та маркетингові витрати	719636	851218
Адміністративні витрати	361150	415685
Разом витрат	5150895	6562775

Із даних табл. 3.3 видно, що фактичні витрати становлять – 5 150 895 тис. грн., натомість з експортом витратискладатимуть – 6 562 775 тис. грн. При цьому у 2020 році підприємство не ефективно використало свої фінансові ресурси. Спрогнозуємо оптимальний рівень витрат на наступний рік знаючи їх мінімальний рівень на 1 грн. чистого доходу та плановий рівень чистого доходу з врахуванням його середнього коефіцієнту зростання за аналізований період, який складає 1,3 пункти:

$$5\,549\,706 * 1,3 = 7\,214\,617,8 \text{ тис. грн.}$$

Отже, очікуваний чистий дохід становить близько 7 214 617,8 тис. грн.

Таким чином, виходячи із планового чистого доходу, який зростає, має відбутися і зростання виробничої собівартості. Прогнозний обсяг фінансового результату від операційної діяльності має скласти 651 842,2 тис. грн.

В результаті проведених оптимізаційних заходів з виходу ПрАТ «Оболонь» на ринок органічної продукції Франції, все це призведе до підвищення

фінансового результату від операційної діяльності порівняно з 2020 роком на 185 530 тис. грн.

### **Висновки до розділу 3**

До основних проблем розвитку ринку органічних продуктів харчування відносяться відсутність належної державної підтримки органічного виробництва (це стосується програмного забезпечення, фінансової та консультаційної підтримки, створення сприятливого правового клімату), відносно низький рівень довіри іноземних покупців та пасивне використання маркетингових технологій для просування органічної продукції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Відзначається необхідність вертикальної інтеграції (кооперативи, кластери) виробників в органічному секторі країни з метою об'єднання виробничих та фінансових зусиль, обміну інноваціями та технологіями та побудови прямого діалогу між виробником та урядом.

Наша країна має великий сільський потенціал та достатньо чистих ґрунтів (у 2 рази більше, ніж у ЄС). Впровадження органічного сімейного фермерства в Україні зробить синергетичний ефект для економіки, навколишнього середовища, українського суспільства та політичного іміджу нашої країни. Ми запропонували деякі заходи для розвитку органічного сільського господарства. Для реалізації цих заходів необхідні суспільний інтерес та політична воля.

Стратегічне управління органічним сектором аграрної економіки слід здійснювати із використанням основних положень розробленого концептуального підходу, що ґрунтується на поєднанні державно-приватного партнерства та маркетингу взаємовідносин, синергія яких забезпечуватиме державну фінансову і організаційну підтримку, зниження трансакційних витрат органічних товаровиробників, розвиток і зміцнення соціальних зв'язків, індивідуалізацію і персоніфікацію відносин, продуктів і послуг, формування завершених ланцюгів вартості, довгостроковість відносин, конкуренто-спроможність та зміцнення позицій на ринку. Регулювання органічного сектора аграрної економіки на

zasadaх державно-приватного партнерства запропоновано здійснювати з урахуванням специфіки об'єктів та механізмів впливу, використанням диференційованих інструментів (стимулюючих, адаптуючих, компенсуючих, протидіючих) та джерел фінансування.

В результаті проведених оптимізаційних заходів з виходу ПрАТ «Оболонь» на ринок органічної продукції Франції, все це призведе до підвищення фінансового результату від операційної діяльності порівняно з 2020 роком на 185 530 тис. грн.

## ВИСНОВКИ

Світовий ринок сільськогосподарської продукції включає обмінні процеси, які проходять у світовому масштабі і об'єктом яких є вся виготовлена сільськогосподарськими товаровиробниками продукція. Крім того, особливістю досліджуваного ринку є те, що на ньому формуються попит та пропозиція не лише на вирощену продукцію, але й на відходи, які отримуються в результаті її виробництва. Так, в умовах зростання міжнародного попиту на органічну продукцію на світовому ринку, відповідно, підвищується попит на органічні добрива, які використовуються під час її виробництва, а отже, пропозиція зростає. Отже, світовий ринок органічних добрив показує підвищення темпів свого росту.

Теоретичне підґрунтя розвитку органічного виробництва агропродовольчої продукції складають теорія сталого розвитку агросфери і біофізичний економікс, якими проголошено природоцентризм – на зміну антропоцентризму. У світлі зазначених теорій органічне виробництво – це галузь, покликана продукувати безпечні сировину і готову продовольчу продукцію шляхом використання у виробництві агроекологічних методів та біологічних факторів.

Регуляторами розвитку органічного виробництва є, з одного боку, екосистемне саморегулювання, з іншого – екологічний менеджмент. У зв'язку з цим, органічне виробництво агропродовольчої сировини і продукції має стати стрижнем національної стратегії сталого розвитку сільського господарства в цілому.

Органічне виробництво забезпечує досить широкий спектр екологічних ефектів. Серед них – відновлення якості земельних ресурсів шляхом ощадливих технологій обробітку ґрунту, дотримання сівозмін, використання «зелених» добрив та біологічних методів боротьби з шкідниками, збереження біорізноманіття, а також опосередковано – зниження забруднення водних ресурсів і атмосферного повітря.

Ринок органічних продуктів харчування як система економічних відносин, що формуються в процесі виробництва, обміну та споживання



сільськогосподарської сировини та продуктів харчування. Інтерпретація терміна “Ринок органічних продуктів харчування” характеризує його як багаторівневу, багатофункціональну систему, в якій наявні різні сектори виробництва та споживання, а їх суб'єкти мають свої особливості та суперечливі інтереси.

Світовий ринок органічних продуктів харчування визначається як механізм збалансування світового попиту та глобального постачання органічної їжі з бінарною стандартизацією: як результат - об'єктивний маркетинг однорідності попиту та імперативно-правової умови вступу до міжнародної торгової обмін.

Ринок органічних продуктів харчування складається з продажу органічних продуктів харчування та напоїв та супутніх послуг. Виробництво органічних продуктів харчування включає практики, що сприяють екологічній рівновазі та спрямовані на збереження біорізноманіття. Ці харчові продукти не використовують жодних харчових добавок або промислових розчинників. Очікується, що світовий ринок органічних продуктів харчування зросте з 201,77 млрд. дол. Зростання в основному пов'язано з тим, що компанії відновили свою діяльність та адаптувались до нових норм, відновлюючись від впливу COVID-19, що раніше призвело до обмежувальних заходів стримування, що передбачають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, що призвело до оперативні виклики. Очікується, що ринок органічних продуктів харчування досягне \$ 380,84 млрд. у 2025 р. при CAGR 14,5%.

181 країна є учасником міжнародної торгівлі органічною їжею, а ринок нараховує 97 мільярдів доларів (2017). Посеред 80% виробників органічної їжі зосереджено в Азії (40%), Африці (28%) та Латинській Америці (16%). До найбільших ринків органічних продуктів харчування належать США (43%), Німеччина (11%), Франція (9%) та Китай (8%). Північна Америка та європейські країни охоплюють 90% світових продажів органічних продуктів харчування та напоїв у роздрібних каналах; однак роль експорту країн Азії, Африки та Латинської Америки зростає. Список п'ятірки експортерів органічної їжі включає США, Італію, Нідерланди, Китай та Іспанію; до країн-імпортерів належать США, Франція, Іспанія, Туреччина та Канада. Найпопулярніші категорії товарів у

товарній структурі - свіжі овочі, фрукти та культури; частка готових товарів збільшується. Оскільки в деяких країнах, органічні ринки більш розвинені, вони часто диктують тенденції розвитку інших органічних ринків.

Основні світові лідери ринку органічних продуктів харчування (General Mills, Whole Foods Market (Amazon), Danone, Hain Celestial Group, United Natural Foods, Newman's Own, Aldi Einkauf та REWE Markt) були визначені та проаналізовані на основі трьох індексів: регіональна присутність, асортимент товарів та представлення продуктів в Інтернеті.

ПрАТ «Оболонь» - фінансово стійке, прибуткове підприємство, однак неліквідне, має проблеми з фінансовою незалежністю. Ймовірність банкрутства підприємства дуже висока.

Пивна дробина утворюється після фільтрації пивного суслу у процесі варки пива. Це натуральний, екологічно чистий продукт з високим вмістом протеїну. З неї можна виробляти біогаз, екологічне добриво, електроенергію, застосовувати при виготовленні хліба, макаронних та ковбасних виробів. Але найчастіше дробина застосовується у потребах сільського господарства як високоякісний корм для тварин, що є цілком натуральним, екологічно чистим та біологічно активним продуктом без хімічних домішок.

Стратегічний напрямок розвитку органічного сектору в Україні передбачає впровадження інституційних виробничих та торговельних баз (правова база органічних стандартів та програм та спільних міжнародних проектів підтримки органічних виробників, що включатиме надання фінансової, технічної та консультаційної допомоги), створення відповідної інфраструктури, вертикальна інтеграція (кластери та кооперативи) та концепція розвитку маркетингу. Потенційні сфери розвитку продукції та географічної структури зосереджуються на нішевих продуктах, які в деяких регіонах слабо представлені, зокрема, свіжих овочів, таких як солодка картопля, спаржа, брокколи та цвітна капуста; крупи; олійні культури; бобові (соеві боби, льон і спельта); та такі фрукти, як малина, полуниця та чорниця. Орієнтація на нішові групи продуктів обумовлена, по-перше, їх відносно високою рентабельністю, по-друге, наявністю відповідної

землі (у тому числі тієї, що не використовується для органічного виробництва), по-третє, наявністю незадоволеного попиту на ці товари. Збільшення нішового експорту зосереджено переважно на європейських країнах, оскільки Україна має відкритий, великий регіональний ринок (завдяки зоні вільної торгівлі) та певні налагоджені торговельні відносини з деякими європейськими імпортерами (Нідерланди, Німеччина, Франція та інші), а також ЄС має економічний інтерес до розвитку органічного виробництва в Україні, оскільки Україна розглядається як «сільськогосподарський центр» - один з найважливіших постачальників органічної продукції.

Українська органічна сільськогосподарська територія, виробники, обсяг і вартість продажу складають невеликий відсоток загального сільськогосподарського виробництва України, а також європейського та світового органічного сільськогосподарства (таблиця 2.4). Український органічний сільськогосподарський експорт включає кукурудзу, пшеницю, ячмінь, соняшник, сою, спельту, яблука/сік, горох, просо та ріпак. Кращі країни-імпортери - Нідерланди, Німеччина та Великобританія.

Український органічний ринок продовжує розвиватися. Станом на 2020 рік загальна частка органічних сільськогосподарських угідь була незначною (менше 1% загальної сільськогосподарської площі України). Тим часом Україна посідає 11 місце в Європі за кількістю сільськогосподарських угідь для органічного виробництва. Протягом 2016–2020 років площі органічного виробництва зросли в 1,5 рази. Приблизно 45,5% усієї органічної площі у 2020 році було посіяно під зернові культури.

Органічний сектор в Україні переважно орієнтований на експорт, оскільки 80–90% продукції продається за кордон. Домінуюча група включає сировинні товари та товари з низькою доданою вартістю: культури (47%), насіння, олійні рослини, ягоди та мед. Україна є виробником понад 400 видів органічних товарів та експортує їх до Нідерландів, Німеччини, Великобританії, Італії, Австрії, Швейцарії, Бельгії та інших країн. Левову частку товарів імпортують США, Канада, Австралія та країни Азії.

До основних проблем розвитку ринку органічних продуктів харчування відносяться відсутність належної державної підтримки органічного виробництва (це стосується програмного забезпечення, фінансової та консультаційної підтримки, створення сприятливого правового клімату), відносно низький рівень довіри іноземних покупців та пасивне використання маркетингових технологій для просування органічної продукції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Відзначається необхідність вертикальної інтеграції (кооперативи, кластери) виробників в органічному секторі країни з метою об'єднання виробничих та фінансових зусиль, обміну інноваціями та технологіями та побудови прямого діалогу між виробником та урядом.

Наша країна має великий сільський потенціал та достатньо чистих ґрунтів (у 2 рази більше, ніж у ЄС). Впровадження органічного сімейного фермерства в Україні зробить синергетичний ефект для економіки, навколишнього середовища, українського суспільства та політичного іміджу нашої країни. Ми запропонували деякі заходи для розвитку органічного сільського господарства. Для реалізації цих заходів необхідні суспільний інтерес та політична воля.

Стратегічне управління органічним сектором аграрної економіки слід здійснювати із використанням основних положень розробленого концептуального підходу, що ґрунтується на поєднанні державно-приватного партнерства та маркетингу взаємовідносин, синергія яких забезпечуватиме державну фінансову і організаційну підтримку, зниження трансакційних витрат органічних товаровиробників, розвиток і зміцнення соціальних зв'язків, індивідуалізацію і персоніфікацію відносин, продуктів і послуг, формування завершених ланцюгів вартості, довгостроковість відносин, конкуренто-спроможність та зміцнення позицій на ринку. Регулювання органічного сектора аграрної економіки на засадах державно-приватного партнерства запропоновано здійснювати з урахуванням специфіки об'єктів та механізмів впливу, використанням диференційованих інструментів (стимулюючих, адаптуючих, компенсуючих, протидіючих) та джерел фінансування.

В результаті проведених оптимізаційних заходів з виходу ПрАТ «Оболонь» на ринок органічної продукції Франції, все це призведе до підвищення фінансового результату від операційної діяльності порівняно з 2020 роком на 185 530 тис. грн.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України. Основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічних продуктів. 6 червня 2019 р. Інтернет ресурс: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
2. Беззуб, І. Перспективи розвитку сімейних фермерських господарств в Україні. URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=419:agropromislovij-sektor-2&catid=8&Itemid=350](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=419:agropromislovij-sektor-2&catid=8&Itemid=350).
3. Державна служба статистики України. Інтернет ресурс: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Климаш Н. І. Економічна природа позикового капіталу та ефективність його використання на вітчизняних підприємствах. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 12. С. 150-155.
5. Ляліна Н., Матвієнко-Біляєва Г. Механізм забезпечення розвитку органічного та аграрного виробництва в Україні. *Agriculturalandresourceeconomics*. 2019. Вип. 5. № 2. С. 121-140
6. Міністерство сільського господарства США. Національна сільськогосподарська бібліотека. Стандарти та сертифікація. Інтернет ресурс: <https://www.nal.usda.gov/afsic/standards-and-certification>
7. Оболюнь. *YouControl*. URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/05391057/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/05391057/)
8. Масловська Л. Ц., Савчук В. А. Концептуальне і методологічне обґрунтування розвитку органічного виробництва в Україні. *Інноваційна економіка*. 2015. - № 4. С. 164-171.
9. Осауленко О., Яценко О. Резнікова Н., Русак Д., Ніценко В. Виробничий потенціал країн через призму цілей сталого розвитку: виклики міжнародній економічній безпеці та конкурентоспроможність. *Фінанси. Закон про кредит. Пробл. Теорія Практ.* 2020.
10. Офіційний сайт підприємства «Агроєкологія». URL: <http://www.agroecology.in.ua/>.

11. Пасховер, А. Чистоедело. ОрганическиепродуктызавоевываютрынокУкраины. *Новоевремя*. URL: <http://nv.ua/publications/chistoedelo-organicheskie-produkty-zavoevyvayut-rynok-ukrainy-41934.html>.
12. Пивна дробина. *Офіційний веб-сайт ПрАТ «Оболонь»*. URL:<https://obolon.ua/ua/production/industrial-goods/detail/108>
13. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник. К.: КНЕУ, 2017.
14. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент: підручник. К.: КНЕУ, 2008. 536 с.
15. Продукція. *Офіційний веб-сайт ПрАТ «Оболонь»*. URL:<https://obolon.ua/ua/production>
16. Промислові товари. *Офіційний веб-сайт ПрАТ «Оболонь»*. URL:<https://obolon.ua/ua/production/industrial-goods>
17. Річна інформація емітента цінних паперів ПрАТ «Оболонь» (річний звіт) за 2016 рік. URL: <https://obolon.ua/files/shareholders/9aca7966b09dd23de5fedfbf62e2a081.pdf>
18. Річна інформація емітента цінних паперів ПрАТ «Оболонь» (річний звіт) за 2017 рік. URL: <https://obolon.ua/files/shareholders/890325368dd28f5c0807a27f5ced1f19.pdf>
19. Річна інформація емітента цінних паперів ПрАТ «Оболонь» (річний звіт) за 2018 рік. URL: <https://obolon.ua/files/shareholders/412a181d42eb5362da1f2c3892824967.pdf>
20. Річна інформація емітента цінних паперів ПрАТ «Оболонь» (річний звіт) за 2019 рік. URL: <https://obolon.ua/files/shareholders/58ee08c3241d7c5133ea6704f6d10882.pdf>
21. Річна інформація емітента цінних паперів ПрАТ «Оболонь» (річний звіт) за 2020 рік. URL: <https://obolon.ua/files/shareholders/379a0cab5dab407e92ebc5ead8be2d5b.pdf>
22. Рябкіна К.Г. Ефективність управління капіталом підприємства. Кривий ріг. 2015. 248 с.

23. Світ органічного сільського господарства. Статистика та нові тенденції 2019, FiBL та IFOAM, 2019. Інтернет ресурс: <https://shop.fibl.org/chen/mwdownloads/download/link/id/1202/>
24. Система управління. *Офіційний веб-сайт ПрАТ «Оболонь»*. URL: [http://obolon.ua/ua/about/control\\_system](http://obolon.ua/ua/about/control_system)
25. AgroecologyHomePage. URL: <http://www.agroecology.in.ua/>
26. AgrofirmaPoleHomePage. Availableonline: <http://agropole.com.ua/ua/>
27. AgroPolit.com. OrganicProductioninUkraineisGrowing 5 TimesFasterthaninthe EU. 17 June 2019. Availableonline: <https://agropolit.com/news/12556-organicne-virobnitstvo-v-ukrayini-zrostaye-u-5-razivshvidshe-nij-v-yes>
28. AgroPortal. OrganicUkraineinInfographic. 13 March 2019. Availableonline: <https://agroportal.ua/en/publishing/infografika/organicheskaya-ukraina-v-infografike/>
29. Cernansky, R. Wedon'tHaveEnoughOrganicFarms. WhyNot? Availableonline: <https://www.nationalgeographic.com/environment/future-of-food/organic-farming-crops-consumers/>
30. China'sMassiveBeltandRoadInitiative. URL: <https://www.cfr.org/backgrounder/chinas-massive-belt-and-road-initiative>
31. DiamantHomePage. Availableonline: <http://diamantltd.com.ua>
32. EthnoProductHomePage. Availableonline: <http://www.ethnoproduct.com/>
33. Galeks-AgroHomePage. Availableonline: <http://www.galeks-agro.com/>
34. InternationalFederationofOrganicAgricultureMovements. URL: <https://www.ifoam.bio/>
35. Kolokolchykova, I., Oleksenko, R., Rybalchenko N., Yefimenko L. &Ortina G. PerceiveoforganicproductsbyUkrainianconsumersandproblemsofshapingmarketdemand. *AmazoniaInvestiga*. 2021. Vol. 10. Issue 39. PP. 169-177
36. Kucher, A.; Anisimova, O.; Heldak, M. Efficiencyoflandreclamationprojects: Newapproachtoassessmentforsustainablesoilmanagement. *J. Environ. Manag. Tour.* 2019, 10, 1568–1582.



37. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine. Organic Production in Ukraine. 4 February 2019. Available online: <https://agro.me.gov.ua/en/napryamki/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>
38. Oleksenko, R., Kolokolchikova, I., & Syzonenko, O. (2019). Ukraine in the Context of the World Organic Production of Agricultural Products. Modern Development Paths of Agricultural Production. *Springer*. Cham. (Scopus), pp. 507-514
39. Organic Federation Ukraine. Organic in Ukraine. Available online: <http://www.organic.com.ua/>
40. Organic Food Global Market Report 2021: COVID-19 Growth and Change to 2030. Интернет. ресурс: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/organic-food-global-market-report>
41. Organic Food Market, by Food Type (Fruit & Vegetables, Meat, Fish & Poultry, Dairy Products, Frozen & Processed Foods and Others), Regional Outlook (North America, Europe, Asia-Pacific, and LAMEA): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2019–2026 Интернет ресурс: <https://www.researchdive.com/346/organic-food-market>
42. Organic Standard—More than 10 Years of Leadership and Reliability. Available online: <https://organicstandard.ua/en>
43. Ostapenko, R.; Herasymenko, Y.; Nitsenko, V.; Koliadenko, S.; Balezentis, T.; Streimikiene, D. Analysis of Production and Sales of Organic Products in Ukrainian Agricultural Enterprises. *Sustainability* 2020, 12, 3416.
44. Ovcharenko, A. Marketing technologies to promote organic agricultural production on global food market. *Uzhorod Natl. Univ. Her. Int. Econ. Relat. World Econ.* 2018, 18, 115–120.
45. Ovcharenko, A. The export-oriented development model of the organic food market of Ukraine. *Black Sea Econ. Stud.* 2018, 26, 21–26.

46. Raišienė, A.G.; Yatsenko, O.; Nitsenko, V.; Karasova, N.; Vojtovicova, A. Global dominant of Chinese trade policy development: Opportunities and threats for cooperation with Ukraine. *J. Int. Stud.* 2019, 12, 193–207.
47. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL). Latest Addition to the Organic Eprints Archive. Available online: <http://www.fibl.org/en/themes/publications.html>
48. Ukrainian Agrarian Confederation. Ukraine Exports almost 100% of Its Organic Produce to Europe. 2019. Available online: <http://agroconf.org/content/mayzhe-100-organiki-ukrayina-eksportuie-do-ievropi>
49. Wikipedia. Organic Farming. Available online: [https://en.wikipedia.org/wiki/Organic\\_farming](https://en.wikipedia.org/wiki/Organic_farming)
50. Willer H., Trávníček J., Meier C., Schlatter B. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends. 2021. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1150-organic-world-2021.pdf>
51. Willer, H.; Lernoud, J. (Eds.) The World of Organic Agriculture. In Statistics & Emerging Trends 2019; Research Institute of Organic Agriculture FiBL; IFOAM—Organics International: Bonn, Germany, 2019
52. Yatsenko, O.; Nitsenko, V.; Karasova, N.; William, H.M.; Parcell, J.L. Realization of the Potential of Ukraine—EU Free Trade Area in Agriculture. *J. Int. Stud.* 2017, 10, 258–277.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Баланс ПрАТ «Оболонь» за 2016-2020 рр., тис. грн.

Актив	2016	2017	2018	2019	2020
<b>I. Необоротні активи</b>					
Нематеріальні активи:	22345	8337	6857	6026	4686
первісна вартість	80568	43259	43396	43963	43969
накопичена амортизація	(58223)	(34922)	(36539)	(37937)	(39283)
Незавершені капітальні інвестиції	46 493	48 455	20 201	18 141	11 272
Основні засоби:	2 906 500	5 141 361	4 867 736	4 611 402	4 352 291
первісна вартість	5 239 376	11 850 066	11 940 760	12 003 847	12 080 275
знос	(2 332 876)	(6 708 705)	(7 073 024)	(7 392 445)	(7 727 984)
Довгострокові фінансові інвестиції:					
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	84868				
інші фінансові інвестиції	60828	18522	109397	57581	18542
Довгострокова дебіторська заборгованість	14			14	14
Відстрочені податкові активи	17 293				
Інші необоротні активи		14	14		
<b>Усього за розділом I</b>	<b>3 138 341</b>	<b>5 216 689</b>	<b>5 004 205</b>	<b>4 693 164</b>	<b>4 386 805</b>
<b>II. Оборотні активи</b>					
Запаси	895 375	750 563	719 638	753 270	1 015 849
Виробничі запаси	763 809			559 903	824 163
Незавершене виробництво	40 233			67 739	73 543
Готова продукція	82 543			72 341	84 609
Товари	8790			53287	33534
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	407 752	297 870	203 818	260 966	272 112
Дебіторська заборгованість за розрахунками:					
за виданими авансами		51466	89746	44300	101840
з бюджетом	13198	71280	35310	51330	69326
у тому числі з податку на прибуток	3228	8047	5475	4813	4233
із внутрішніх розрахунків	149114				
Інша поточна дебіторська заборгованість	51498	430965	9897	18911	20095
Гроші та їх еквіваленти	9 776	46 172	16 876	16 228	17 048
Витрати майбутніх періодів	3225				

## Продовження Додатку А

<b>Актив</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Інші оборотні активи	19198	16 455	30659	18927	5983
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1 549 136</b>	<b>1 664 771</b>	<b>1 105 944</b>	<b>1 163 932</b>	<b>1 502 253</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>					
<b>Баланс</b>	<b>4 687 477</b>	<b>6 881 460</b>	<b>6 110 149</b>	<b>5 857 096</b>	<b>5 889 058</b>

<b>Пасив</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>I. Власний капітал</b>					
Зареєстрований (пайовий) капітал	32 513	73 144	73 144	73 144	73 144
Капітал у дооцінках	1 513 770	2 945 067	276 289	2 603 868	2 445 387
Додатковий капітал		8353	8353	1916	1198
Емісійний дохід				8353	8353
Накопичені курсові різниці				-6437	-7155
Резервний капітал	8 128	546	-2 356		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-213 931	-518 048	-746 302	-329 248	167 847
Вилучений капітал		(13580)	(13580)	(13580)	(13580)
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1 340 480</b>	<b>2 495 482</b>	<b>2 082 548</b>	<b>2 336 100</b>	<b>2 673 996</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>					
Відстрочені податкові зобов'язання		511172	542401	426702	410551
Пенсійні зобов'язання					
Довгострокові кредити банків	344219	2037873	487124	180402	609731
Інші довгострокові зобов'язання		237082	267953	260062	
Довгострокові забезпечення	3611				
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	3611				
<b>Усього за розділом II</b>	<b>347830</b>	<b>2786127</b>	<b>1297478</b>	<b>867166</b>	<b>1020282</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>					
Короткострокові кредити банків	1 916 055	417962	1419600	255933	394848
за довгостроковими зобов'язаннями	6400			1139546	661136
за товари, роботи, послуги	635 639	830232	1021281	909 794	709 905
за розрахунками з бюджетом	99 741	150 294	91 167	104 445	102 148
за у тому числі з податку на прибуток		282	-858	164	414

## Продовження Додатку А

<b>Пасив</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
за розрахунками зі страхування	3 390	5364	5926	6 382	4 980
за розрахунками з оплати праці	13 777	51 430	44 447	57 270	80 097
за одержаними авансами	59 834	46 900	64 560	120483	183041
за розрахунками з учасниками	24908	1876	1876	1876	1876
із внутрішніх розрахунків	47527	10306	11462		
за страховою діяльністю					
Поточні забезпечення				13 639	33 497
Інші поточні зобов'язання	191 896	85 487	69 804	44 462	23 252
<b>Усього за розділом III</b>	<b>2 999 167</b>	<b>1 599 851</b>	<b>2 730 123</b>	<b>2 653 830</b>	<b>2 194 780</b>
<b>Баланс</b>	<b>4 687 477</b>	<b>6 881 460</b>	<b>6 110 149</b>	<b>5 857 096</b>	<b>5 889 058</b>

Джерело: складено автором на основі [17-21]

## Додаток Б

## Звіт про фінансові результати ПрАТ «Оболонь» за 2016-2020 рр., тис. грн.

## I. Фінансові результати

Стаття	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3 524 945	4 777 539	5 078 764	5 466 148	5 549 706
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	(2 378 936)	(3 878 473)	(4 292 370)	(4 277 833)	(4 070 109)
<b>Валовий: прибуток</b>	<b>1 146 009</b>	<b>899 066</b>	<b>786 393</b>	<b>1 188 315</b>	<b>1 479 597</b>
Інші операційні доходи	504984	88 488	85 301	50 572	74 094
Адміністративні витрати	(213 263)	(296 579)	(303 955)	(337 100)	(361 150)
Витрати на збут	(833 385)	(612 349)	(675 489)	(661 989)	(719 636)
Інші операційні витрати	(409 965)	(29 144)	(20 451)	(20 110)	(6 593)
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток</b>	<b>194 380</b>	<b>49 482</b>		<b>219 688</b>	<b>466 312</b>
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток</b>			<b>(128200)</b>		
Фінансові доходи	6160			39058	
Інші фінансові доходи	67076	97691	4259	280	338280
Інші доходи	222156	430848	-23505	-1418	15776
Фінансові витрати	(309935)	(314744)	(275269)	(329215)	(255444)
Втрати від участі в капіталі	(9735)	381	90188		(1618)
Інші витрати	(353727)	(42 861)	6725	(216198)	(238394)
<b>Фінансовий результат до оподаткування: прибуток</b>		<b>220797</b>		<b>144 591</b>	<b>324 912</b>
<b>Фінансовий результат до оподаткування: збиток</b>	<b>(183625)</b>		<b>(325802)</b>		
Витрати (дохід) з податку на прибуток		-44 217	-39618	113042	13702
<b>Чистий фінансовий результат: прибуток</b>		<b>176580</b>		<b>257 633</b>	<b>338 614</b>
<b>Чистий фінансовий результат: збиток</b>	<b>(183625)</b>		<b>(365420)</b>		

Джерело: складено автором на основі [17-21]