

УДК 330.332

І. В. Левченко,

доктор філософії, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму,

Національний університет "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка", м. Полтава, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7068-8320>

Г. І. Шарий,

д. е. н., професор, завідувач кафедри автомобільних доріг, геодезії та землеустрою

Національний університет "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка" м. Полтава, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5098-2661>

А. С. Андріяш,

магістрант, Національний університет "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка", м. Полтава, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-0107-653X>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.15.43

РИНОК ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ ТА ЙОГО ПРИВАБЛИВІСТЬ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

I. Levchenko,

PhD, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Tourism,

National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic", Poltava, Ukraine

G. Shariy,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, National University

"Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic", Poltava, Ukraine

A. Andriyash,

Master's student, National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic", Poltava, Ukraine

MARKET OF ORGANIC PRODUCTS OF UKRAINE AND ITS ATTRACTIVENESS FOR ATTRACTING FOREIGN INVESTMENTS

У статті розглянуто сутність поняття "органічна продукція" та представлено основні показники діяльності органічного ринку. Проаналізовано інфраструктуру органічного ринку, а саме основні канали збуту такі як: оптова, роздрібна торгівля, гуртова закупівля, державна закупівля, роздрібна торгівля, спеціалізовані магазини, інтернет продажі, індивідуальні (прямі) продажі. Продемонстровано стійку позитивну динаміку зростання площ сільгоспугідь, на яких ведеться сертифіковане органічне виробництво протягом останніх років та стабільне зростання як кількості операторів органічного ринку, так і рівня споживання органічної продукції в Україні. На основі аналізу та обробки інтернет джерел визначено, що основними країнами споживачами української органічної продукції являються: Нідерланди, США, Німеччина, Австрія, Велика Британія, Польща, Канада, Італія, Швейцарія. Визначено основні компанії-лідери у виробництві та експорті органічної продукції: "Arnika organic", "GALEKS — AGRO", ТОВ "Фірма Діамант ЛТД", що свідчить про привабливість органічного ринку України для іноземних інвесторів.

The article examines the essence of the concept of "organic products" and presents the main indicators of the organic market. The infrastructure of the organic market was analyzed, namely, the main sales channels such as: wholesale, retail, group purchase, state purchase, retail, specialized stores, internet sales, individual (direct) sales. An important limitation of the development of organic production is the high cost of logistics of organic products, the sale of which is concentrated in large cities. Remote regions where the production of organic products can be developed are unattractive to investors due to weak infrastructure, including transport and logistics. The work demonstrates the steady positive dynamics of the growth of the area of agricultural land on which certified organic production has been conducted in

recent years and the stable growth of both the number of organic market operators and the level of consumption of organic products in Ukraine. Based on the analysis and processing of Internet sources, it was determined that the following countries are the main consumers of Ukrainian organic products: Netherlands, USA, Germany, Austria, Great Britain, Poland, Canada, Italy, Switzerland. The main leading companies in the production and export of organic products were identified: "Arnika organic", "GALEKS — AGRO", LLC "Firma Diamant LTD". The main foreign investment projects for the development of the organic and agricultural market of Ukraine were considered: the Swiss-Ukrainian program "Development of trade with higher added value in the organic and dairy sectors of Ukraine"; German-Ukrainian cooperation project "German-Ukrainian cooperation in the field of organic agriculture"; United States of America USAID Credit Resources for Agricultural Producers project; German-Ukrainian cooperation project "Consulting Ukraine in agricultural trade issues — within the framework of the Full and Comprehensive Agreement on free trade between the EU and Ukraine"; Ukrainian business project — fruit and vegetable development; EU technical assistance project "Supporting the implementation of agri-food policy in Ukraine". Based on a detailed analysis of the domestic organic market, it was identified as a promising direction for further development and attraction of foreign investments.

Ключові слова: сільське господарство, органічна продукція, ринок, інвестиції, іноземні інвестиції.

Key words: agriculture, organic products, market, investments, foreign investments.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Проблема залучення іноземних інвестицій в економіку України існує вже декілька десятиліть, зберігаючи свою актуальність та наукову значущість на сучасному етапі в умовах глобалізації. Прагнення до відкритості економіки, підвищення рівня національного виробництва та конкурентоспроможності, завоювання довіри на світовому ринку, участі у міжнародному фінансовому обміні зумовлює необхідність створення умов залучення іноземного капіталу. Розвиток багатьох пострадянських держав доводить, що поява зовнішніх стратегічних інвесторів, які бажають і здатні мобілізувати ресурси для реструктуризації підприємств (організацій), відіграло важливу роль для економічного зростання та розвитку цих країн. Іноземне інвестування особливо значуще для країн, що стали на шлях ринкових трансформацій. Приплив іноземних інвестицій сприяє високому попиту активи.

Інвестиції сприяють економічному зростанню країни, забезпечують сприятливий фінансовий клімат, а також є додатковим джерелом капіталовкладень у національне виробництво товарів та послуг. Іноземні інвестиції є відмінним додатковим джерелом фінансів, матеріальних цінностей та іншого майна, які сприяють оновленню та розширенню основного капіталу; здійсненню інвестиційних проектів та програм, що забезпечують зростання економічного добробуту, а також насичення вітчизняного ринку. Це спричиняє підвищення рівня кваліфікації співробітником, оскільки інвестиції спрямовані на конкретні цілі та об'єкти.

За рахунок цього ефективно використовуються нові технології, ринкові механізми, міжнародні контракти, відбувається підняття та розвиток виробництва, збільшення його потужностей та технологічного рівня.

Проблема інвестицій у нашій країні настільки гостра, передусім, тим, що у них можна нажити величезний стан, але боязнь втратити все вкладені кошти зупиняє будь-якого інвестора. Український ринок є одним із найпривабливіших для зарубіжних інвесторів, але й одним із найнепередбачуваніших і ризикових. У той час як інвестори орієнтуються, насамперед, на інвестиційний клімат України, який аналізується та оцінюється незалежними експертами та служить для вказівки на ефективність вкладень у тій чи іншій країні.

Проте залучення іноземного капіталу має значення для України як з погляду можливості значно збільшити реальні активи. Сьогодні важливим є той факт, що закордонні інвестори привносять із собою нову, вищу культуру бізнесу.

Сьогодні Україна перебуває у стані нестабільного економічного становища, цим вона пов'язує себе з необхідністю залучення іноземних інвестицій, створюють умови для побудови довгострокового цивілізованого суспільства з високим рівнем життя населення. Важко повірити, що лише одне закордонне інвестування здатне підняти економіку нашої країни. Однак мобілізація іноземних капіталовкладень здатна стимулювати розвиток та зростання внутрішнього інвестування.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Основні положення про іноземні інвестиції та їх значення для економіки широко представ-

лені в працях зарубіжних учених: класика політичної економії — Девіда Рікардо, одного із засновників класичної економії, англійця — Дж. С. Мілля, представників неокласичної теорії: Б. Оліна, Р. Нурксе, К. Іверсена. Серед Українських науковців вивченням проблеми залучення іноземних інвестицій також займалися велика кількість економістів. Внесок у розробку теоретичних та практичних аспектів іноземних капіталовкладень зробили такі вчені як І.Б. Чичкало-Кондрацька, А.А. Буряк, С.В. Захарін, О.В. Федорчак, С.А. Дяченко та інші.

Однак, незважаючи на значну кількість наукових праць та статей у галузі дослідження іноземних інвестицій, ця тема залишається недостатньо вивченою, особливо, щодо питання залучення іноземних інвестицій у виробництво органічної продукції.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Мета дослідження вивчити теоретичні основи іноземних інвестицій та особливості їх залучення у виробництво органічної продукції.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

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

Ціна на органічні продукти в торгових мережах країн з ринком органічної продукції, що розвивається, часто сильно завищена. Якщо у розвинених країнах націнка в середньому становить 15—30%, то в країнах, що розвиваються, може досягати 200—300%. Як показує міжнародний досвід, інфраструктура ринку, через яку проходить органічна продукція, включає такі канали збуту як:

1. Оптова торгівля: оптові ринки; аукціони; біржі; експорт.

2. Роздрібна торгівля: торгові мережі (часто із створенням спеціалізованих відділів, полиць); спеціалізовані магазини; ринки; спеціалізовані ринки вихідного дня; прямі продажі на ринку, або безпосередньо з обійстя; з місць виробництва (часто поєднується з агро-туризмом); інтернет магазини; поштове пересилання.

3. Держзакупівлі. У кожній країні процес формування та розвитку ринку органічної

сільськогосподарської продукції має свої специфічні риси. Це також відноситься і до каналів збуту. Вивчивши канали збуту української сертифікованої органічної продукції, можна відзначити таке.

4. Гуртова торгівля. В Україні відсутні органічні оптові ринки, аукціони та біржі. Переробні компанії та виробники демонструють низьку частку експорту від виробленої органічної продукції. Однією з основних причин цього є їхня неучасть у найрезультативніших каналах просування, таких як міжнародні органічні ярмарки та виставки. Таких виставок, щорічно у світі проводиться кілька десятків, можна виділити три основні заходи, на яких особливо важливо брати участь: Biofach, Німеччина. Світовий лідер серед виставкових заходів сектору органічного виробництва. Подія по праву вважається флагманом щодо впровадження інновацій: його програма висвітлюється близько 1200 представниками ЗМІ. Під патронажем IFOAM організаційний комітет виставки Biofach відбирає учасників відповідно до найсуворіших критеріїв, щоб гарантувати високу якість продукції. Понад 12 тисяч учасників, близько 50 тисяч відвідувачів.

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

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

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

У торгових мережах, можна також зустріти спеціалізовані полиці органічних продуктів,

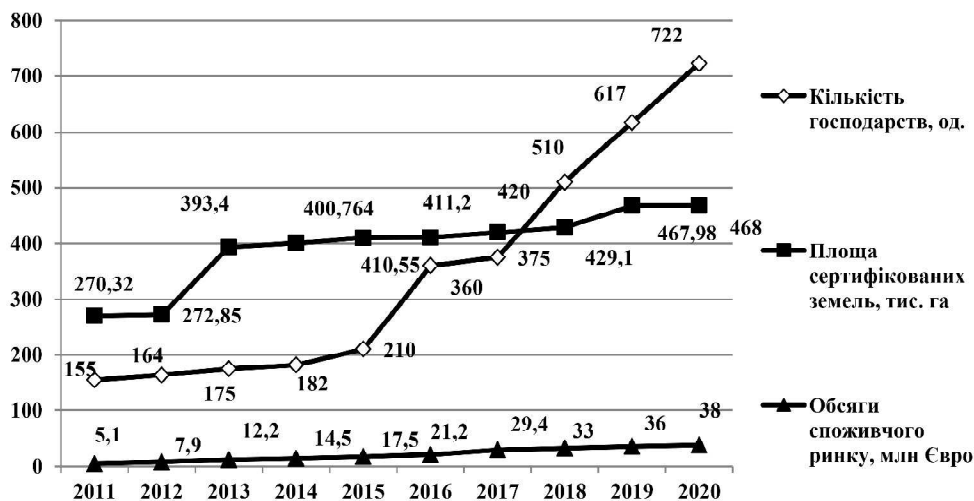


Рис. 1. Динаміка змін органічного ринку в Україні

Джерело: [2].

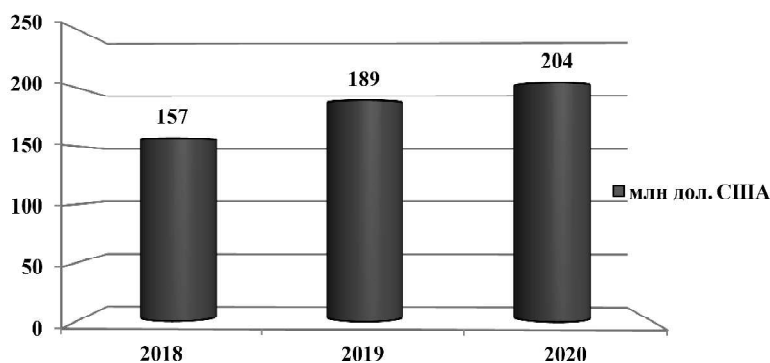


Рис. 2. Динаміка експорту органічної продукції в Україні 2018–2020 рік

Джерело: [2].

вони практично не виділяються. Продукти дитячого харчування реалізуються через аптеки міста.

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

7. Інтернет-продажі. Практично всі продавці імпортованої продукції мають інтернет-магазини та здійснюють доставку продуктів. У даний час Інтернет-магазини — це найбільш поширений канал збуту органічної продукції. Го-

ловною перевагою цього каналу реалізації є наявність між покупцем та продавцем лише одного посередника, який бере на себе всі функції з оперативної доставки товару покупцю.

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

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

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

Органічний ринок України не стоїть на місці та стрімко розвивається щороку (рис. 1). Завдяки розмірам країни, географічному положенні, близькості до потенційних міжнародних покупців та доволі гарним і родючим чорноземам Україна має сприятливі умови для органічного господарства.

Україна демонструє стійку позитивну динаміку зростання площ сільгоспугідь, на яких ве-

деться сертифіковане органічне виробництво протягом останніх років, крім того спостерігається стабільне зростання як кількості операторів органічного ринку, так і рівня споживання органічної продукції в Україні (рис. 2), чому сприяє тенденція активного наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією за рахунок налагодження переробки органічної сировини.

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

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

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

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

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

Таблиця 1. Країни — імпортери української органічної продукції в ЄС (2020 рік)

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

Джерело: [2, 3].

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

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

Щодо виробників і експортерів органічної продукції, в Україні компанією №1 "Arnika organic" (рис. 3). Компанія знаходиться в Пол-

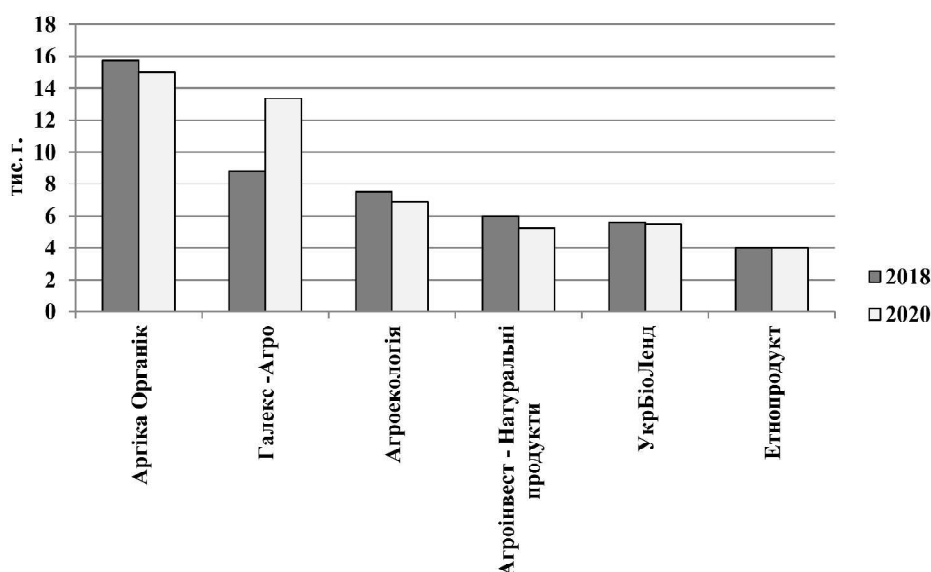


Рис. 3. Обсяг земельної площі відведених для органічної продукції за 2018/2020 рік серед найбільших українських виробників

тавській області та має 8 органічних виробництв, які здійснюються на підприємствах Групи Арніка: Граніт-Агро; Агро — Сула; Лан Агро; Новомосковськ — Агро; Агрофірма Мічуріна; Мілан Агро; Світанок -1; Агрофірма ім. Т.Г. Шевченках [4].

Країни — лідери, які імпортують продукцію "Arnika organic" є: Литва, Польща, Данія, Норвегія, Великобританія, Франція, Швейцарія, Австрія, Італія, Ізраїль, Японія, Канада та США. Торгові компанії знаходяться в Україні (Арніка Органік), в США (Arnika Organic North America Inc) та в Швейцарії (Arnika Organic Europe AG). Компанія спеціалізується на вирощуванні такої органічної продукції: кукурудза, високо олеїновий соняшник, нут, льон, соя, просо, сочевиця та технічні коноплі [5].

Також до основних лідерів компаній — виробників та експортерів органічної продукції відноситься "GALEKS — AGRO". Основний напрямок виробництва компанії, є: органічна сертифікована продукція рослинництва і тваринництва [6].

Продукція "GALEKS — AGRO" успішно експортується до Швейцарії, Німеччини, Угорщини, Нідерландів, Італії та Великобританії. З 2011 року по 2013 рік продукція рослинництва компанії сертифікувалася Інститутом екологічного маркетингу (ІМО), Швейцарія. Діяльність підприємства знаходилася під контролем міжнародного сертифікаційного органу, а з 2014 року вся продукція "GALEKS — AGRO" сертифікована Органік Стандарт, схвалена як органічна та відповідає вимогам стандарту Біо Свіс та Біоланд (Швейцарія). Компанія "GALEKS — AGRO" має 81 позицію сертифікованої органічної продукції, що доволі багато, порівняно з іншими виробниками. Основними органічними культурами на експорт є: озима пшениця, овес, просо, жито, ячмінь, гречка, кукурудза.

Ще одним виробником органічної продукції є ТОВ "Фірма Діамант ЛТД" — з 2013 року — єдиний виробник органічних пластівців в Україні. Продукція виробляється під торговою маркою "Козуб Продукт-органік" відома далеко за межами України [4]. Органічна продукція "Козуб Продукт-органік" налічує приблизно 15 видів органічної продукції. Для виробництва продукції використовується лише зерно вирощене на чорноземах Полтавської області, що проходить відповідну перевірку та органічну сертифікацію. Вся органічна продукція відповідає вимогам міжнародних систем контролю якості, що підтверджено відповідним сертифікатом виробництва. Щорічно підприєм-

ство представляє нашу країну на найбільшій і популярній виставці органічної продукції в світі — BIOFACH [1]. "Козуб Продукт" доволі тісно співпрацює з компанією "GALEKS — AGRO" про яку вже говорилося раніше. В якій компанія закупає сировину для виготовлення власної органічної продукції [6, 7].

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

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

Завдяки іноземним інвестиційним проектам в Україні з кожним роком стає все більше і більше виробників органічної продукції. У 2015 році було зареєстровано 210 органічних господарств, а в 2018 нараховується вже 510 органічних господарств, станом на 2021 рік їх кількість збільшилася до 617 органічних операторів.

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

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

Для них виходом із ситуації, що склалася може стати повна компенсація державою витрат за сертифікацію за національними стандартами. Виробникам же із країн-партнерів, як і виробникам із третіх країн, для постачання продукції на український ринок необхідно от-

Таблиця 2. Основні іноземні інвестиційні проекти для розвитку органічного та сільськогосподарського ринку України

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

Джерело: [11].

римати в акредитованих українських органах сертифікат відповідності стандартам "органік". Цей захід регулювання українського ринку цілком можна розглядати як обмеження обігу органічної продукції. При цьому варто зазначити, що інші країни не визнають національні сертифікати своїх партнерів, але забезпечили визнання міжнародних сертифікатів, таких як сертифікат Європейського Союзу. В цілому причина зайвих трансакційних витрат обігу виробленої за національними стандартами органічної продукції на загальному ринку — відсутність координації та узгодженості дій сторін розробки національного законодавства у сфері органічного виробництва.

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

Важливим обмеженням розвитку органічного виробництва є високі витрати на логісти-

ку органічної продукції, збут якої зосереджений у великих містах. Віддалені регіони, де можна розвивати виробництво органічної продукції, малопривабливі для інвесторів внаслідок слабкої інфраструктури, у тому числі транспортної та логістичної.

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

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

У багатьох країнах зберігається традиція самозабезпечення сільськогосподарською продукцією, що вирощується у господарствах населення, що не стимулює розвиток попиту на органічне продовольство, сприяє укоріненню стереотипу, що "домашні сільські продукти" і є

органічні. Пропаганда такої традиції підтримується, зокрема, при просуванні гастрономічного туризму серед туристів-індивідуалів.

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

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

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

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

Одним з основних інвесторів в сільськогосподарський та органічний ринок України є Швейцарія. Швейцарсько-українська програма "Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України" фінансується Державним секретаріатом Швейцарії з економічних питань (SECO), із залученням приватного сектору України. Програма впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) у партнерстві із SAFOSO AG (Швейцарія). Програма розпочала свою діяльність у серпні 2019 року та діятиме до червня 2023 року [8—10].

Ще один проект, який також слід розглянути стосується Німецько — української співпраці в галузі органічного сільського господарства. Ця програма реалізується з 2016 року:

перша чотирирічна фаза проекту тривала до серпня 2020 року, друга фаза розпочалася з 1 вересня 2020 року [9].

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

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

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

Література:

1. BIOFACH. URL: <https://www.biofach.de/en>. (дата звернення 10.06.2023).
2. Агрополіт. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/826-ekologichni-agrotrendi-ukrayina-zaprovadjuje-pidtrimku-dlya-virobnikiv-organichnoyi-produktsiyi-a-yes-robit-stavku-na-sprojivachiv>. (дата звернення 17.06.2023).
3. Внутрішній ринок органічної продукції України, експорт та імпорт за роками. URL: <https://agropolit.com/infographics/view/95>. (дата звернення 17.06.2023).
4. 10 — агропромислових компаній, які зробили більше за інших. URL: <https://landlord.ua/rejtingi/10-agropromislovih-kompaniy-yaki-zarobili-bilshe-za-inshih/>. (дата звернення 10.06.2023).
5. Арніка Органік. URL: <https://arnika-organic.ua>. (дата звернення 20.06.2023).
6. Галекс Агро. URL: <https://galeks-agro.com/about/>. (дата звернення 20.06.2023).
7. ТОВ "Фірма ДІАМАНТ ЛТД". URL: <https://diamantltd.com.ua/>. (дата звернення 20.06.2023).

8. Швейцарсько-українська програма "Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України". URL: <https://qftp.org/>. (дата звернення 01.06.2023).

9. Представники українського органічного сектору відвідали найбільшу міжнародну виставку органічної продукції БіоФач. URL: <https://www.tpp.ks.ua/poslugi/info-resurs-zelena-informatsiya/615-ukrajinski-virobniki-zavojovuyut-evropejskij-rinok-organichnoji-kharchovoji-produktsiji.html>. (дата звернення 23.06.2023).

10. Novytska I. (2019). Organic products promotion management through distribution channels. Problems of systematic approach in economy. 5 (73). 156—161. URL: <http://reposit.pntu.edu.ua/handle/PoltNTU/6606>.

11. Buryak A. and other. (2021). An influence of foreign investments on the development of organic production in Ukraine. Scientific magazine "Economy and Region". 4. 6—11. URL: <http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2472/1940>.

References:

1. BIOFACH, (2023), Available at: <https://www.biofach.de/en> (Accessed 10.06.2023).

2. AgroPolit, (2022), Available at: <https://agropolit.com/spetsproekty/826-ekologichni-agrotrendi-ukrayina-zaprovadjuje-pidtrimkudlya-virobnikiv-organichnoyi-produktsiyi-a-yes-robit-stavku-na-spojivachiv> (Accessed 17.06.2023).

3. AgroPolit, (2022), "Domestic market of organic products of Ukraine, export and import by years", Available at: <https://agropolit.com/infographics/view/95> (Accessed 17.06.2023).

4. Landlord, (2023), "10 — agro-industrial companies that have done more than others", Available at: <https://landlord.ua/rejtingi/10-agropromislovih-kompaniy-yaki-zarobili-bilsheza-inshih/> (Accessed 10.06.2023).

5. Arnica Organic, (2023), Available at: <https://arnika.organic.ua>. (Accessed 20.06.2023).

6. Galex Agro, (2023), Available at: <https://galeks-agro.com/about/>. (Accessed 20.06.2023).

7. LLC "Firma DIAMONT LTD", (2023), Available at: <https://diamantltd.com.ua/> (Accessed 20.06.2023).

8. The Swiss-Ukrainian program "Development of trade with higher added value in the organic and dairy sectors of Ukraine" (2022), Available at: <https://qftp.org/> (Accessed 01.06.2023).

9. Kherson Chamber of Commerce and Industry, (2023), "Representatives of the Ukrainian organic sector visited the largest international exhibition of organic products BioFach", Available at: <https://www.tpp.ks.ua/poslugi/info-resurs-zelena-informatsiya/615-ukrajinski-virobniki-zavojovuyut-evropejskij-rinok-organichnoji-kharchovoji-produktsiji.html>

resurs-zelena-informatsiya/615-ukrajinski-virobniki-zavojovuyut-evropejskij-rinok-organichnoji-kharchovoji-produktsiji.html (Accessed 23.06.2023).

10. Novytska, I. (2019), Organic products promotion management through distribution channels, Problems of systematic approach in economy, vol. 5 (73), pp. 156—161, Available at: <http://reposit.pntu.edu.ua/handle/PoltNTU/6606>.

11. Buryak, A., and other. (2021), "An influence of foreign investments on the development of organic production in Ukraine", Scientific magazine "Economy and Region", vol. 4, pp. 6—11, Available at: <http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2472/1940> (Accessed 23.06.2023).

Стаття надійшла до редакції 28.07.2023 р.

ІНВЕСТИЦІЇ.
ПРАКТИКА
ТА ДОСВІД

<https://nayka.com.ua>

Передплатний індекс: 23892

Виходить 24 рази на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
(Наказ Міністерства освіти і науки України
№ 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292