

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.10.170](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.10.170)

УДК 339.13.025.2

*В. І. Лазаренко,*  
*аспірант, Інститут агроекології і природокористування НААН, м. Київ*  
*ORCID: 0000-0002-8376-4668*

## **РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЧНОГО СЕКТОРУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

*V. I. Lazarenko*  
*postgraduate, Institute of Agroecology and Environmental Management of NAAS, Kyiv*

### **THE ROLE OF ENVIRONMENTAL MARKETING IN SHAPING THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIC AGRICULTURE SECTOR**

*У даній статті проаналізована система органічного законодавства України та інші нормативно-правові акти, що регулюють ринкові, економічні та соціальні відносини в органічному сільському господарстві та здійснена їх оцінка з позиції концептуального підходу екологічного маркетингу та розвитку органічного виробництва на основі використання його механізмів та принципів. В ході здійснення даного аналізу визначено її наявні переваги та недоліки, а також виокремлено шляхи удосконалення ключових проблем в контексті підвищення конкурентоспроможності вітчизняної органічної галузі на ринках країн Європейського Союзу в умовах загальних процесів європейської інтеграції. Висвітлено та оцінені підходи до вирішення законодавчих проблем в частині контролю за дотриманням умов виробництва та якостю органічної продукції серед країн Європейського Союзу як з боку законотворчої сторони так і з боку комфорту та ефективності діяльності окремого суб'єкта господарювання в даних умовах і їхній вплив на споживача та його поведінку на ринках органічної продукції. Також упродовж даного дослідження приділено значну увагу питанню оцінки набору нормативно-правових актів та директив Європейського Союзу, а саме спільної аграрної політики, її теперішній етап, переваги та недоліки з ретроспективою минулих періодів. Під час цього дослідження також було вивчено питання ступеня виконання взятих на себе зобов'язань з боку України щодо імплементації угод та директив в рамках даної системи зокрема. Здійснений порівняльний маркетинговий аналіз методом експертних оцінок щодо конкурентних переваг суб'єктів господарювання вітчизняної органічної галузі з аналогічними європейськими підприємствами та здійснений маркетинговий бентч-маркінг на базі цього аналізу, що представлений у графічному вигляді. Виходячи з даних цього аналізу, визначені ключові проблеми, що стоять на заваді підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств органічного сільського господарства, що мають на меті охопити нові ринки збуту та здійснювати ефективну діяльність на них, із використанням найбільш вигідної для себе стратегії.*

*This article analyzes the system of organic legislation of Ukraine and other legal acts regulating market, economic and social relations in organic agriculture and evaluates them from the point of view of the conceptual approach of ecological marketing and development of organic production on the basis of using its mechanisms and principles. In the course of this analysis, its advantages and*

*disadvantages were identified, as well as ways of improving key problems in the context of enhancing the competitiveness of the domestic organic industry on the markets of the European Union countries under the conditions of common European integration processes. The approaches to solving the legislative problems in terms of control over the observance of production conditions and quality of organic products among the countries of the European Union, both from the legislative side and from the comfort and efficiency of the activity of an individual entity under these conditions and their impact on the consumer and its behavior in organic markets. Also, this study paid considerable attention to the evaluation of a set of EU regulations and directives, namely the common agricultural policy, its current stage, advantages and disadvantages with a retrospective of past periods. This study also examined the extent to which Ukraine has fulfilled its obligations to implement agreements and directives within this system in particular. A comparative marketing analysis was carried out by the method of expert assessments regarding the competitive advantages of the entities of domestic organic industry with similar European enterprises, and marketing bent-marketing was carried out on the basis of this analysis, which is presented in graphical form. Based on the data of this analysis, the key problems that hinder the competitiveness of domestic organic farming enterprises, which aim to reach new markets and operate effectively on them, using the most profitable strategy, have been identified.*

**Ключові слова:** *нормативно-правова база, спільна аграрна політика, екологічний маркетинг, органічний сектор, сільське господарство, євроінтеграція.*

**Keywords:** *regulatory framework, common agricultural policy, environmental marketing, organic sector, agriculture, European integration.*

**Постановка проблеми.** Успішність маркетингової діяльності суб'єкта господарювання прямо залежить від формальних та неформальних інститутів суспільства та економіки. Найбільший вплив формують саме неформальні інститути, проте формальні, а саме закони, офіційні документи, приписи, доктрини формують площину та умови в межах яких ведеться господарська діяльність. При цьому екологічний маркетинг не є виключенням, ефективність екологічного маркетингу на підприємстві не можлива без прозорого та зрозумілого правового механізму який здатний забезпечити розвиток органічного бізнесу та захистити його від впливу несприятливих зовнішніх чинників на нього або від незаконної діяльності інших суб'єктів. А з іншого боку – забезпечити цілеспрямоване та неухильне дотримання вимог сталого розвитку, зниження деструктивного впливу на навколишнє природне середовище. Саме тому тема проблема органічного законодавства, що порушена в даній роботі є актуальною.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемами гармонізації органічного законодавства займалися такі вчені як С. Марченко, Е. Фалькович, І. Ушевич, В. Мельник, Н. Юркенайте, Т. Гоголь, І. Клименко, О. Вінська та інші. Проте, зважаючи на те що спільна аграрна політика постійно змінюється залежно від економічних та політичних чинників, дослідження даної тематики з позиції екологічного маркетингу не були проведені що й зумовлює їх актуальність.

**Метою статті** є висвітлення та характеристика наявного стану нормативно-правової бази у сфері органічного законодавства в контексті євроінтеграційних процесів та їх оцінка з позиції екологічного маркетингу, а також визначення шляхів усунення недоліків та підвищення конкурентоспроможності вітчизняного органічного виробництва.

**Виклад основного матеріалу.** Суспільні, політичні, економічні події, що відбулися на території України в період 2013 – 2014 рр. змінили вектор розвитку української державності у бік європейського суспільства та зумовили подальший процес європейської інтеграції. Оскільки в даному аспекті є очевидним той факт, що першочерговим і головним аспектом, який потребував і потребує змін, є політична система держави, економічна складова є не менш важлива, адже стосується умов ведення бізнесу за вимогами Європейського Союзу. Це зумовило проблему переорієнтації не тільки напрямку реалізації власної продукції, а й зміну технологій виробництва, зміну методів та підходів в управлінському процесі.

Подібних змін зазнали головні галузі економіки, а особливо це стосується сільського господарства. Аграрний сектор виробництва – один з найбільших секторів української економіки, що складає понад 12% ВВП держави. З урахуванням природно-географічного положення та наявності значного ресурсного потенціалу, Україна здатна задовольнити потреби не лише внутрішніх ринків, а країн Європейського Союзу. Однак, на даний час у вітчизняному аграрному секторі, то він має низку проблем, які не дають змоги виробникам бути конкурентоспроможними. На нашу думку, ключовими є:

- Переважання високо інтенсивного методу вирощування продукції;
- Високий рівень деструктивного впливу на природні ресурси;
- Відсутність контролю за використанням шкідливих добрив та норм їх внесення;
- Монокультурний характер виробництва;

- Низька якість вирощеної продукції рослинництва та тваринництва;
- Високий ступінь податкового навантаження на малі фермерські господарства з однієї сторони і підтримка з боку держави великих товаровиробників з іншої;

Екологічні проблеми, про які йшлося вище, є особливо актуальними. Адже варто зазначити, що на сучасному етапі розвитку сільського господарства в Європейському Союзі спостерігається тенденція до практично повної відмови від традиційної системи землеробства, яка включає в себе використання добрив якіносять шкоду навколишньому природному середовищу, до екологічно безпечної – з мінімальним або повністю відсутнім шкідливим впливом на навколишнє середовище. Ще однією проблемою, яка спонукала ряд Європейських країн внести законодавчі зміни у правовому полі сільського господарства є стрімке збільшення населення та нестача якісних продуктів харчування для забезпечення суспільних потреб.

Також варто зазначити, що у світі спостерігається тенденція до певної консервації природних ресурсів. Адже ресурси, зокрема у сільському господарстві, дуже обмежені. І їх повне використання та у шкідливий для них спосіб є неефективним. Саме сукупність даних чинників зумовила ЄС змінити пріоритети в сільському господарстві та прийняти низку директив, доктрин, правил, де на перший план поставлена не економічна складова, а екологічна безпека.

З урахуванням вищеперерахованих проблем, для України на сучасному етапі це теж є проблемою, оскільки переважає традиційний метод ведення сільського господарства. А для розвитку екологічно безпечного напрямку виробництва необхідна чітка та прозора нормативно-правова база, релевантна з законодавством Європейського Союзу. Адже це питання як і прискорення євроінтеграційного процесу так і захист та стимулювання розвитку аграрного сектору країни. Саме тому питання правового регулювання потребує вивчення.

Основні засади державної екологічної політики України на період до 2020 року, затверджені Законом України від 21 грудня 2010 року № 2818-VI, визначають одним із завдань у сфері забезпечення екологічно збалансованого природокористування збільшення до 2020 року частки земель, що використовуються в органічному сільському господарстві до 7%. Це вимагає запровадження відповідних заходів, а саме відповідного правового забезпечення [8].

В Угоді про асоціацію між Україною та Європейським Союзом питання розвитку сільського господарства визначені главою 17 «Сільське господарство та розвиток сільських територій», де, з-поміж іншого, зазначено, що сторони співробітничать з метою сприяння розвитку сільського господарства та сільських територій, зокрема шляхом поступового зближення політик та законодавства (ст. 403). Співробітництво включає окрім іншого, заохочення сучасного та сталого сільськогосподарського виробництва, з урахуванням необхідності захисту навколишнього середовища і тварин, зокрема поширення застосування методів органічного виробництва й використання біотехнологій, у тому числі шляхом впровадження найкращих практик у цих сферах (ст. 404) [9].

На сьогоднішній день нормативно-правова база України має низку недоліків та прогалин, що спричиняють низьку ефективність розвитку органічного сектора в цілому, а в окремих моментах – унеможливають їх діяльність. Так, впродовж тривалого проміжку часу виробництво та обіг органічних сільськогосподарських продуктів в Україні не мав ніякого правового регулювання. Очевидно, що це негативно позначалося на ринку органічної продукції, а саме тим, що цей ринок був перенасичений неякісною продукцією, що маркувалася як органічна, проте за своїми характеристиками не відповідала цьому. А відтак, довіра з боку споживачів була підірвана, що спричинило втрати частки ринку та виходу окремих підприємств з нього.

У зв'язку з цим позитивним зрушенням стало прийняття Закону України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» від 03.09.2014 № 425-VII. Цей Закон включає в себе правові та економічні засади виробництва та обігу органічної сільськогосподарської продукції та сировини, а саме він врегульовує функцію контролю за діяльністю суб'єктів на ринку органічної продукції та встановлює вимоги до виробників і процесів виробництва такої продукції, наведено загальні засади сприяння раціональному використанню ґрунтів та забезпечення доцільного використання і відтворення природних ресурсів. Головна мета Закону полягає в створенні зрозумілих регулюючих правил в даному секторі з метою забезпечення довіри серед споживачів у тому, що продукти та сировина, марковані як органічні, є ними насправді.

З метою повноцінної переорієнтації або реєстрації суб'єкта господарювання у якості виробника органічної продукції, товаровиробник має пройти декілька етапів, відповідно до чинного законодавства.

Перший етап – підготовчий. На даному етапі кожне підприємство має пройти оцінку придатності земель для виробництва органічної продукції та сировини. Це є вимогою положення закріпленого у ст. 23 Закону України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини». Це необхідно для отримання незалежної від зацікавлених сторін (суб'єктів господарювання, що здійснюють виробництво, перевезення, зберігання та реалізацію органічної продукції, сировини) об'єктивної інформації про стан земельних ділянок, встановлення їх придатності для виробництва органічної продукції та сировини, придатності для виробництва окремих культур.

При цьому, Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» визначає, що порядок проведення такої оцінки має бути затверджений Кабінетом Міністрів України, але відповідний нормативно-правовий акт так і не набув чинності до цього часу.

Також варто зазначити, що Законом України «Про державний контроль за використанням та охороною земель» передбачено проведення обов'язкової агрохімічної паспортизації земель. Результатом проведеної

паспортизації є агрохімічний паспорт поля, земельної ділянки сільськогосподарського призначення, розробка якого здійснюється з метою державного контролю за зміною показників родючості, забруднення ґрунтів токсичними речовинами і радіонуклідами, раціонального використання земель сільськогосподарського призначення.

Агрохімічна паспортизація є комплексним інструментом регулювання, що відображає оцінку якісних змін стану ґрунтів на землях сільськогосподарського призначення. Дані агрохімічної паспортизації вносяться до Державного земельного кадастру України та несуть у собі інформацію стосовно родючості земель.

Другий етап передбачає безпосереднє виробництво та переробку органічної продукції. На даному етапі кожен виробник має пройти обов'язкову процедуру сертифікації. Згідно з ст. 24 Закону України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини», оцінка відповідності виробництва органічної продукції (сировини) проводиться органом з оцінки відповідності згідно з правилами процедури підтвердження відповідності, які визначаються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері оцінки відповідності, та з детальними правилами виробництва та обігу відповідної органічної продукції (сировини). Оцінка відповідності виробництва органічної продукції та сировини здійснюється аудитором з сертифікації.

Проте, незважаючи на те, що Закон чітко визначає що відповідність продукції критеріям органічної продукції здійснює державний орган з оцінки відповідності є дискусійне положення пов'язане з перехідним періодом. Адже згідно ст. 30 цього Закону тривалість даного перехідного періоду встановлює Державна служба з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів після подання заяви встановленого зразка оператором ринку. Тобто встановлення факту відповідності знаходиться в межах компетентності одного органу, а у разі необхідності надання суб'єкту господарювання перехідного періоду, рішення виносить інший орган. Очевидно, що подібна ситуація створює незручності для підприємства і є неефективною і ці дві функції мають бути в межах повноважень одного інституту.

Ще одним не менш важливим проблемним аспектом в контексті євроінтеграції та розвитку органічного сектора є проблема формування, акредитації і подальшого функціонування органу з оцінки відповідності. Це в першу чергу пов'язано з тим, що вищезгаданий орган не має конкретних законодавчих вимог до своєї діяльності і найголовніше – відсутність процедури підтвердження критеріям органічності продукції.

Саме цей суттєвий недолік у органічному законодавстві гальмував процес розвитку екологічного маркетингу в органічному секторі економіки оскільки відсутність національної системи сертифікації робила неможливим залучення більшої кількості споживачів до вже сформованого ринку органічних продуктів тому що переконати споживачів у тому, що цей продукт за який вони сплачують є органічним було складно. Так, на даний момент на території України діють 17 міжнародних організацій з саме сертифікації органічної продукції і вони мають повноваження надавати виробнику оцінку відповідності даної продукції. Проте така оцінка не може стати аналогом національної системи. Крім того, витрати на дану оцінку для більшості виробників органічної продукції є економічно не вигідним. В результаті чого внутрішній ринок й до нині перенасичений низькоякісною продукцією, а наявність органічного маркування на товарних упаковках є лише елементом недобросовісного маркетингу.

Однак варто наголосити на позитивних зрушеннях у вирішенні вищеперерахованих недоліків. Зокрема, 10.07.2018 Верховною Радою України був прийнятий Закон «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» № 2496-VIII. Його прийняття є важливим з точки зору гармонізації національного законодавства з європейськими вимогами у сфері органічного виробництва. Зокрема це стосується вищезгаданої сертифікації. Згідно з даного Закону, державний контроль за суб'єктами ринку органічної продукції буде здійснювати Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, а повноваження сертифікації органічних підприємств надається лише акредитованим органам сертифікації.

Отже з вищевикладеного слід зробити висновок, що як в економічному так і в соціальному аспекті для підвищення конкурентоспроможності і ефективного ведення своєї діяльності для вітчизняних аграрних підприємств необхідною умовою є неухильне дотримання «правил гри», а саме – повністю слідувати нормам законодавства та відповідних нормативно-правових актів, доктрин, що діють на території країн Європейського Союзу. Проте, незважаючи на те, що прийняття даного Закону є кроком вперед в контексті розвитку органічного виробництва, одна з ключових проблем залишається неврегульованою і не вирішеною, а саме – державна підтримка виробників. Особливої ваги дана проблема набуває саме в контексті євроінтеграції.

Особливої актуальності дана складова набуває саме за умови органічного виробництва. Адже в умовах сьогодення з урахуванням концепції сталого розвитку, а також занепокоєння ряду провідних країн станом своїх природних ресурсів, якістю продуктів харчування, рівнем екологічної та продовольчої безпеки зумовило перегляд і як наслідок зміну курсу розвитку європейського, та світового в цілому, вектора розвитку аграрної галузі – з традиційної до екологічно безпечної. Європейським Союзом на перше місце були поставлені стратегічні суспільні цілі і в результаті була сформована система з чітко визначеними пріоритетами та дієвими механізмами її реалізації – Спільна аграрна політика ЄС (*Common Agricultural Policy*) [3].

Починаючи з середини ХХ ст. до функцій САП входило активне стимулювання обсягів виробництва агропродукції та її експорту. Проте зважаючи на той факт, що наприкінці того ж ХХ ст. світове аграрне виробництво характеризувалося різким погіршенням екологічного стану довкілля, дії САП були направлені на обмеження обсягів виробництва. Дану систему мають використовувати усі країни, які мають намір стати повноправним членом Європейського Союзу, у тому числі й Україна, а також ті хто мають намір вийти на їх

ринки збуту. Дана система є прикладом симбіозу ринкової економіки та державної підтримки з механізмами координації в аграрному секторі.

Спільна аграрна політика Європейського Союзу являє собою інтегровану систему заходів регуляторної, цінової, бюджетно-податкової, зовнішньоторговельної, структурної політики із забезпеченням підтримки цін на аграрну продукцію та субсидювання виробництва сільськогосподарської продукції.

Основні цілі даної політики були сформувані у 1956 році. До них слід віднести наступні:

- збільшення ефективності аграрного сектора шляхом розвитку технологій;
- раціональне та оптимальне використання природних ресурсів;
- забезпечення стабільності ринків сільськогосподарської продукції із забезпеченням захисту суб'єктів господарювання;
- гарантія доступу населення, зокрема країн членів ЄС, до якісних та безпечних продуктів харчування;

Окрім вищезазначених цілей, характеризуючи САП, варто зазначити, що робота даної системи також побудована на трьох ключових принципах: надання переваг країнам-резидентам, єдність ринку та фінансова солідарність. Для України, в контексті розвитку органічного сектору та загальної євроінтеграції, з економічної та соціальної точки зору найважливішими, на нашу думку, є останні два. Оскільки єдність ринку являє собою вільну торгівлю сільськогосподарської продукції між учасниками договору, що передбачає встановлення єдиних цін на сільськогосподарську продукцію. При цьому за умови обвалу цін нижче мінімально допустимого рівня більше ніж на 10%, товар викупується і таким чином забезпечується цінова рівновага та захист діяльності суб'єктів господарювання [4].

В свою чергу фінансова солідарність являє собою відповідальність усіх держав-членів за фінансові наслідки САП. Фінансування ж цієї політики здійснюється Європейським фондом орієнтації та гарантії сільському господарству.

Сучасний етап розвитку спільної аграрної політики є найбільш сприятливим для стимулювання та розвитку органічного сектору економіки, адже починаючи з 2014 року в пріоритетах САП зазначаються саме екологічні аспекти. Крім того, велика увага приділяється збереженню сільських ландшафтів та підвищенню рівня життя шляхом забезпечення населення якісними продуктами харчування і при цьому – забезпечити конкуренцію на усіх ринках. І саме ця риса відрізняє сьогоднішній вигляд САП від її початкового вигляду. Оскільки ключове завдання політики є не підтримка окремого виду аграрної продукції, а пряма підтримка суб'єкта господарювання [1].

Чинник конкуренції з точки зору екологічного маркетингу є одним з головних у контексті підвищення ефективності та розвитку підприємств органічного сектору України, особливо в контексті європейської інтеграції, адже лише наявність конкуренції може це стимулювати. Виходячи з вищевикладеного слід зазначити, що конкуренція формується не лише за рахунок ринкових та самостійних економічних інститутів, а й за рахунок зовнішніх чинників. І саме тому питання конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів господарювання з урахуванням нормативно-правового аспекту потребує окремої оцінки.

Оскільки органічний сектор сільського господарства має певну специфіку функціонування та розвитку, то, на нашу думку оцінку конкурентоспроможності слід здійснювати шляхом порівняння вітчизняних показників з показниками суб'єктів господарювання країн Європейського Союзу. Для характеристики стану конкурентоспроможності ми вважаємо за доцільне визначити її за допомогою методу «бенчмаркінгу», що ґрунтується на методі експертних оцінок.

В широкому розумінні Бенчмаркінг ( Benchmarking) — це процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективного суб'єкта господарювання з метою порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи. За умов постійного та динамічного розвитку ринкової економіки по всьому світу, для підприємств надзвичайно важливо знати відповіді на питання – в чому наші переваги з іншими? В чому ми програємо?.

Не є виключанням і сільськогосподарська галузь. Як і будь-яка галузь економіки, органічний сектор динамічно розвивається – з'являються нові технології вирощування культур, нові підприємства, зникають низькорентабельні підприємства, стан ресурсів зумовлює переходити на більш екологічно безпечні методи ведення господарства. За таких умов для виробників є надзвичайно важливим знати свої переваги та недоліки у порівнянні з іншими. В даному випадку – у порівнянні з країнами Європейського Союзу.

З метою отримання об'єктивних результатів опитування, нами було встановлена вибірка у кількості 20 респондентів, які надали власну оцінку від 1 до 10 балів щодо окремих критеріїв конкурентоспроможності, що подані нижче. До опитаної фокус-групи увійшли:

- представники органічного бізнесу (7 осіб);
- експерти з питань якості харчової продукції (4 особи);
- науковці екологічно безпечного напрямку (9 осіб);

В результаті опитування фокус-групи ми отримали наступні результати, що відображені в таблиці 1.

**Таблиця 1.**  
**Результати опитування респондентів**

Респонденти  Показники	Оцінка					
	Представники бізнесу		Експерти		Науковці	
	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС
1. Товарний асортимент	6	9	8	7	7	8
2. Основні технології виробництва	4	10	3	9	3	8
3. Стан природних ресурсів	8	8	5	8	4	10
4. Якість продукції	9	9	4	7	3	7
5. Репутація торгової марки	6	10	3	10	2	10
6. Маркетингові можливості нової продукції	9	10	6	10	6	10
7. Наявність сертифікатів відповідності міжнародним та вітчизняним стандартам	5	10	4	10	3	10
8. Ціна продажу	10	9	8	9	6	8
9. Ціна споживання	6	7	4	8	5	8
10. Доступ продукції до споживача	8	10	5	10	4	10
11. Участь підприємств у виставках та ярмарках	9	10	6	9	4	8
12. PR	8	7	2	9	3	8
13. Інші методи зв'язків з громадськістю	7	9	3	8	2	8

*Джерело: побудовано автором*

Наступним етапом є безпосередній перехід до бетчмаркінгу. Враховуючи результати опитування, нами було виведено середні значення кожного критерію. І відповідно оцінка конкурентоспроможності суб'єктів господарювання органічного сектору за показниками маркетингової діяльності буде оцінюватися за аналогічними критеріями, які наведено в таблиці 1.

**Таблиця 2**  
**Оцінка конкурентоспроможності органічного сектору за показниками маркетингової діяльності**

Чинники конкурентоспроможності	Оцінка	
	Підприємства органічного сектору України	Підприємства органічного сектору Європейського Союзу
<b>Продукт:</b>		
1. Товарний асортимент	7	8
2. Основні технології виробництва	3	9
3. Стан природних ресурсів	6	9
4. Якість продукції	5	8
5. Репутація торгової марки	3	10
6. Маркетингові можливості нової продукції	7	10
7. Наявність сертифікатів відповідності міжнародним та вітчизняним стандартам	4	10
<b>Ціна:</b>		
1. Ціна продажу	9	7
2. Ціна споживання	4	8
<b>Методи розповсюдження продукту:</b>		
1. Доступ продукції до споживача	6	10
2. Участь підприємств у виставках та ярмарках	5	9
<b>Промування:</b>		
1. PR	4	8
2. Інші	4	8
<b>Загальна кількість балів</b>	<b>67</b>	<b>114</b>

*Джерело: побудовано автором*

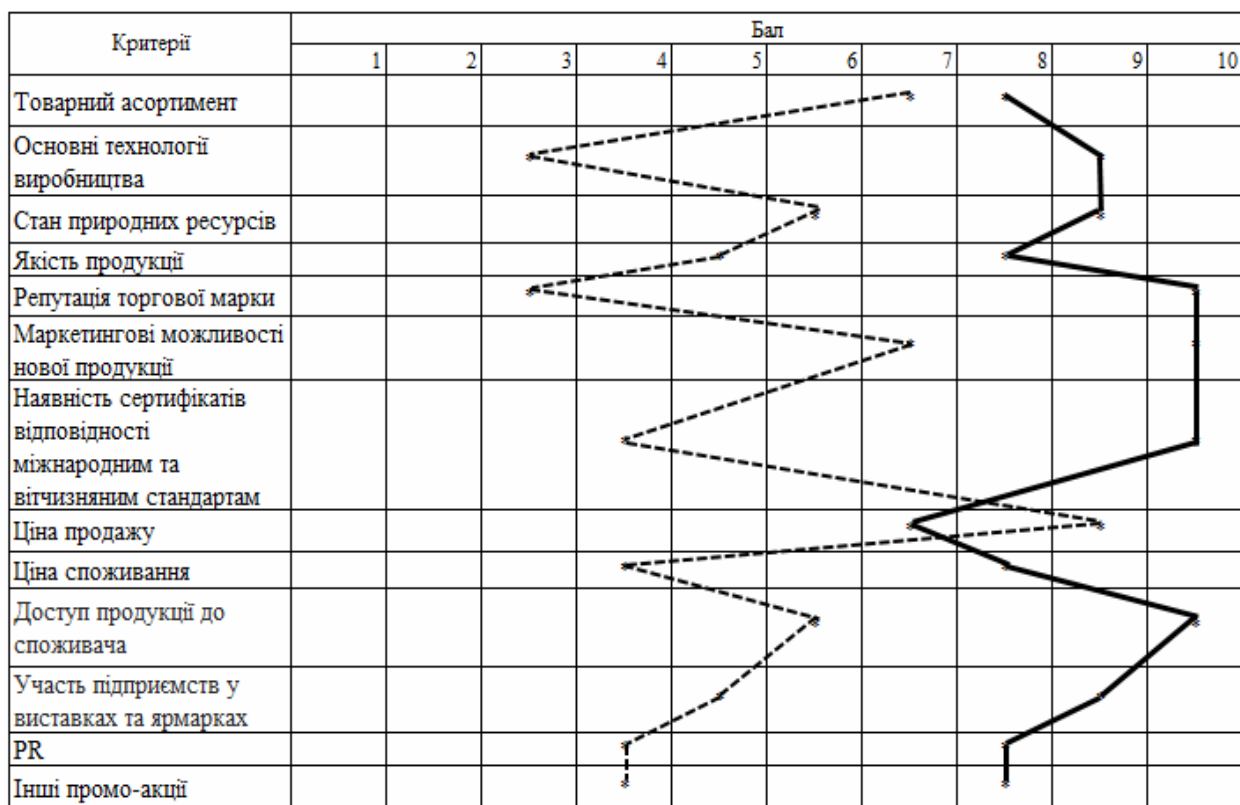
Отже виходячи з даних таблиці, очевидно, що підприємства українського органічного сектора наразі суттєво відстають від своїх потенційних конкурентів серед країн Європейського Союзу. Особливо це стосується ключових проблем сектора: наявність сертифікатів відповідності, технологій виробництва, цін на продукцію для споживачів (таблиця 3).

**Таблиця 3**  
**Критерії оцінки чинників конкурентоспроможності**

Оцінка	Характеристика оцінки
1	Оцінка є найнижчою, дуже погані показники
2	Показники є низькими, виробники намагається конкурувати
3	Низькі показники, виробник прагне їх підвищити
4	Задовільна оцінка
5	Середня оцінка
6	Оцінка вище середнього, показує що виробники прагнуть до покращення
7	Хороша оцінка
8	Висока оцінка, характеризує високий рівень показників
9	Дуже гарні показники, наближені до ідеалу
10	Еталон

*Джерело: побудовано автором*

В свою чергу у графічному вираженні порівняння конкурентних переваг виглядає так (рис. 1):



**Рис. 1. Порівняння конкурентних переваг між суб'єктами господарювання України та Європейського союзу**

*Джерело: побудовано автором*

Оцінюючи вітчизняне законодавство в сфері органічного виробництва та відповідно конкурентні переваги українських виробників в даному напрямку варто зазначити, що нормативна база та вітчизняна стратегія розвитку аграрного сектору України у цілому гармонізована з положеннями САП, Однак, як засвідчили дані таблиці 1 та 2, сучасний стан розвитку органічного сектора через недоліки в нормативно-правовому регулюванні, а саме через відсутність належної системи сертифікації та контролю якості продукції, спричиняє недовіру з боку потенційних та наявних споживачів екологічно безпечної продукції.

Така ситуація негативно позначається на ефективності діяльності суб'єктів господарювання на ринку та, на сучасному етапі, унеможливує конкурентоспроможність на ринках країн Європейського Союзу в контексті загальної євроінтеграції.

**Висновки.** Ставлячи завдання інтеграції до ЄС, Україна має повністю адаптувати власну політику, зокрема аграрну до європейських стандартів. Як вже зазначалося вище, система САП постійно змінюється. Це відбувається не лише за рахунок внутрішніх процесів, а й під впливом зовнішніх чинників, а саме: зростання

конкуренції, про яку йшлося вище і її чинник є головним в ефективній економічній діяльності, увага до захисту навколишнього середовища, продовольча безпека.

Нормативно-правовий аспект, як засвідчив аналіз, має першочергове значення у розвитку екологічного маркетингу в органічному секторі економіки. Адже саме законодавчі інститути здійснюють безпосередній вплив на розвиток таких показників як стан природних ресурсів, якість продукції та, відповідно, наявність компетентних та незалежних органів сертифікації та контролю якості продукції, що надходить до споживача. Саме це є, на нашу думку, одним з головних завдань державних органів управління. Щодо подальших перспектив дослідження даної тематики, то наступні дослідження буде направлено на оцінку шляхів підвищення конкурентоспроможності по показникам, що мають слабкі позиції, а також на покращення системи контролю за якістю органічної продукції.

#### **Список використаної літератури.**

1. Вінська О.Й. Особливості сучасного стану реалізації Спільної Аграрної Політики Європейського Союзу. Екон. Простір, 2010, №40, с. 5-19.
2. Горюнова Є.О. Євроінтеграція: навч. посіб. К.: Академвидав, 2013, 224с.
3. Еволюція Спільної Аграрної Політики ЄС: наслідки для України. Інститут Економічних досліджень та Політичних консультацій. Німецька консультативна група при Уряді України. Режим доступу: <http://ier.kiev.ua>.
4. Клименко І.В. Спільна аграрна політика Європейського Союзу: можливості та виклики для України. Аналітична доповідь. Ус І.В. К.: НІСД, 2011, 19 с.
5. Overview of CAP Reform 2014-2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/policy-briefs/05\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/policy-briefs/05_en.pdf)
6. The history of the CAP [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm)
7. Munch J. 2005: Financing the CAP. The power point presentation to the University of Gottingen's students during the visit to the European Commission, Brussels, February 2005.
8. Мельник В.О. Зарубіжний досвід правового регулювання органічного виробництва (порівняльно-правовий аспект). Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Право, 2014, Вип. 197 (2). с. 79-90.
9. Регламент (ЄС) № 2092/91 від 24 червня 1991 року. Режим доступу : <https://pureflora.net/novosti/postanova-radi-ees-2092-91оку>
10. Eurostat (2015): Final consumption expenditure of households by consumption purpose (COICOP 3 digit) [nama\_10\_co3\_p3]. Eurostat, Luxembourg] – Режим доступу: <http://ec.europa.eu>.

#### **References.**

1. Vinskaya, O.Y. (2010), "Features of the current state of implementation of the Common Agricultural Policy of the European Union", *Econom. Space*, vol. 40, pp. 5-19.
2. Goryunova, E.A. (2013), *Yevrointehratsiya: navch. posib.* [European Integration: Tutorial], Kyiv, Ukraine, Akademvidav.
3. German Advisory Group to the Government of Ukraine (2019), "Evolution of the EU Common Agricultural Policy: Implications for Ukraine. Institute for Economic Research and Policy Consulting", available at: <http://ier.kiev.ua> (Accessed 25 Sept 2019).
4. Klimenko, I.V. (2011), *Spilna ahrarna polityka Yevropeyskoho Soyuzu: mozhlyvosti ta vyklyky dlya Ukrayiny. Analychna dopovid.* [The Common Agrarian Policy of the European Union: Opportunities and Challenges for Ukraine. Analytical report], NISD, Kyiv, Ukraine.
5. Agricultural Brief on CAP (2013), "Overview of CAP Reform 2014-2020", available at: [http://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/policy-briefs/05\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/policy-briefs/05_en.pdf) (Accessed 25 Sept 2019).
6. European Commission (2019), "The history of the CAP", available at: [http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm) (Accessed 25 Sept 2019)..
7. Munch, J. (2005), Financing the CAP. The power point presentation to the University of Gottingen's students during the visit to the European Commission, Brussels, Belgium.
8. Melnyk, V.A. (2014), "Foreign experience of legal regulation of organic production (comparative legal aspect)", *Scientific Bulletin of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*. Series: Right, vol. 197 (2), pp. 79-90.
9. EU (1991), "Regulation (EU) No 2092/91 of 24 June 1991", available at: <https://pureflora.net/news/postanova-radi-ees-2092-91> (Accessed 25 Sept 2019).
10. Eurostat (2015), "Final consumption expenditure of households by consumption purpose (COICOP 3 digit)", available at: <http://ec.europa.eu> (Accessed 25 Sept 2019).

*Стаття надійшла до редакції 04.10.2019 р.*