

УДК 502.33:631.147

DOI: 10.31359/2312-3427-2021-2-2-188

**І.О. Іртищева, д-р екон. наук, професор,
проректор з науково-педагогічної роботи та інноваційної діяльності**

ORCID: 0000-0002-7025-9857

innauamd@gmail.com

**Національний університет кораблебудування імені адмірала
Макарова**

О.С. Войт, аспірант

ORCID: 0000-0002-7215-7889

Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОЇ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ

У статті досліджено теоретичні підходи щодо стратегічних напрямів розвитку органічної харчової продукції. Обґрунтовано стратегічні напрями розвитку харчової органічної продукції на макро-, мезо-, мікрорівнях. Доведено, що основними стратегічними напрямками розвитку органічної харчової продукції є гармонізація вітчизняного законодавства до міжнародного, розроблення стратегії, державних та регіональних програм, обіг та маркування органічної продукції.

***Ключові слова:** органічна харчова продукція, стратегічні напрями, теоретичні підходи, проблеми, фактори*

***Постановка проблеми.** Важливим в процесі дослідження розвитку органічної харчової продукції це аналіз теоретичних підходів до його розвитку. Значна кількість досліджень проведена вітчизняними та закордонними щодо перспектив розвитку органічної харчової продукції. Тому для визначення стратегічних напрямів розвитку необхідно узагальнити набутий досвід для виявлення основних недоліків. Отже, дослідження теоретичних підходів стратегічного розвитку органічної харчової продукції в сучасних умовах господарювання є досить актуальним.*

***Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у дослідження стратегічних напрямів розвитку органічної харчової продукції присвячені наукові праці багатьох вчених, таких як: А. Казанджі, О.*

Шкуратов, В.Чудовська, А. Вдовиченко, І. Сафронська, І. Іртищевої, І. Крамаренко, Ю. Бережна, Є.Бойко, О. Сенишин та багато інших. Не дивлячись на велике коло дослідників, сучасний стан глобалізації ринків харчової продукції вимагає високої конкурентоспроможності вітчизняної, а тому розвиток органічних товарів є досить важливим.

Формулювання цілей статті. Метою написання статті є процес дослідження теоретичних підходів щодо стратегічних напрямів розвитку органічної харчової продукції.

Виклад основного матеріалу досліджень. Казанджі А.В. вважає, що «В сучасних умовах загострення екологічної та продовольчої безпеки особливого значення набуває проблема забезпечення населення якісними продуктами харчування. Одним з найбільш актуальних напрямів її вирішення є виробництво органічної продукції, як альтернативний інструмент збереження і відтворення природного потенціалу планети, що є основою добробуту суспільства. Сприятливі природно-кліматичні умови ведення сільського господарства є стратегічним інструментом, що формує значні конкурентні переваги для вітчизняних агровиробників на світовому ринку [13-15]. Проте, розвиток українського ринку органічної продукції відбувається повільнішими темпами, ніж в інших країнах світу, що представляє науковий та практичний інтерес» [1, с.72]. Погоджуємося з думкою автора, адже Україна вважається аграрною державою, де для вирощування сільськогосподарської продукції є всі належні умови. Окрім цього якщо розглядати харчову продукцію, то вирощування органічної сільськогосподарської продукції дозволить її виробництво. Вважаємо, що ринок органічної харчової продукції в Україні має великі переваги для розвитку.

Шкуратов О.І., Чудовська В.А., Вдовиченко А.В. зазначають, що «Вирішення проблеми надійного забезпечення країни основними продуктами харчування за рахунок вітчизняного виробництва потребує переходу від високовитратних технологій до ресурсозберігаючих систем ведення галузей АПК, заснованих на екологізації виробництва, при їх певному стимулюванні; вдосконалення територіального розподілу праці між АПК регіонів; розвитку регульованого державою продовольчого ринку. При цьому в методах державного регулювання продовольчого ринку повинні переважати заходи, спрямовані на здійснення цінової та інвестиційної політики, пільгового оподаткування і кредитування» [2]. Отже, на розвиток органічної харчової продукції в Україні впливають проблеми, серед яких державне регулювання та недостатня мотиваційна

політика. Основні проблеми розвитку харчової органічної продукції наведено на рис. 1.

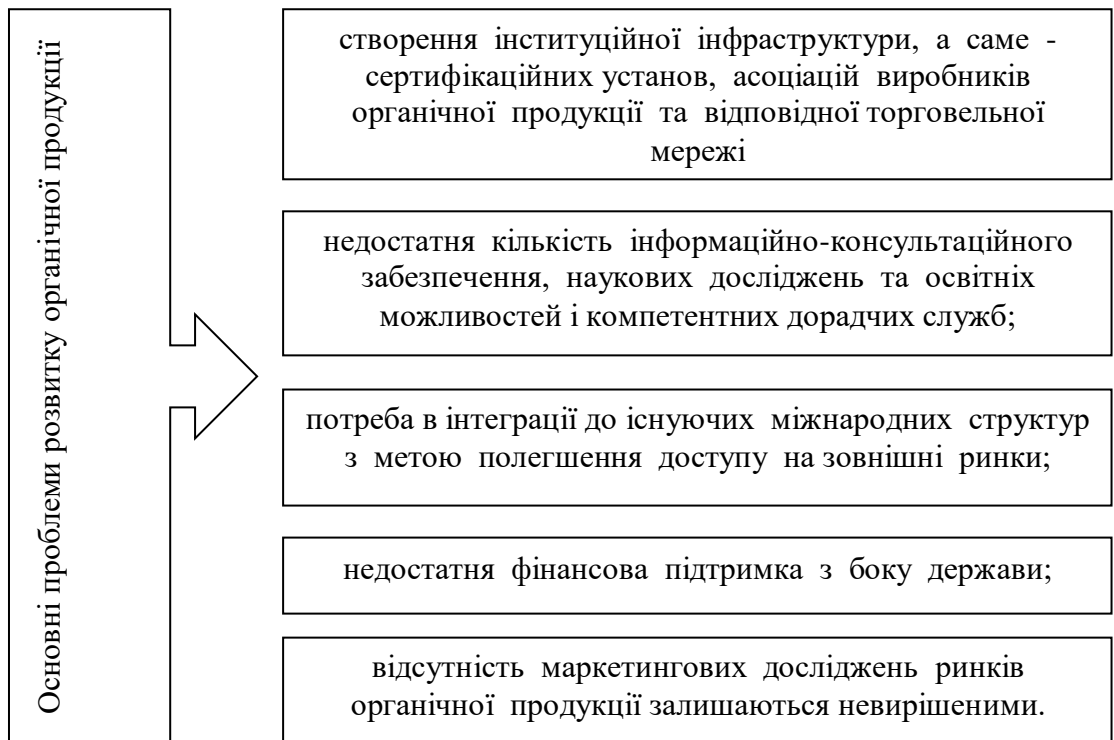


Рис. 1. Проблеми розвитку харчової органічної продукції

Джерело: згруповано автором

Серед проблем розвитку харчової органічної продукції необхідно визначити: відсутність інституційної інфраструктури, незначний рівень наукових досліджень та інформаційно-консультаційного забезпечення, недостатній рівень державного фінансового забезпечення та відсутність маркетингових досліджень щодо виходу на міжнародні ринки.

Окрім цього Сафронська І.М. наголошує, що «Для реалізації вітчизняного органічного виробництва в аграрному секторі потрібно: створити відповідну нормативно-правову базу; забезпечити його пріоритетність відносно традиційного сільського господарства шляхом прийняття відповідних державних і регіональних програм розвитку; забезпечити належний науковий рівень ведення органічного сільського господарства шляхом залучення освітньої та консультаційної системи; залучити фінансово-кредитні установи та приватний сектор для збільшення фінансування; поліпшити інвестиційний «клімат» для залучення коштів; визначити першочерговість розроблення та впровадження інноваційної техніки і технології внаслідок налагодження взаємовигідної співпраці виробників інноваційної й органічної продукції; забезпечити створення необхідної інфраструктури ринку органічної продукції та передбачити економічну, екологічну і соціальну

відповідальність всіх його учасників» [3]. Нажаль, ринок органічної харчової продукції в Україні розвивається незначними темпами, стримуючими факторами є недосконала нормативно-правова база, відсутність державних та регіональних програм розвитку, окрім цього неналежний рівень фінансування наукових досліджень.

Колектив авторів зазначає, що «Ефективний розвиток органічного ринку в Україні гальмує необізнаність та не достатня поінформованість споживачів щодо органічної продукції та органічного виробництва. Переважна більшість людей не розуміють поняття «органічний»; не знають, як відрізнити органічний продукт від неорганічного (маркування); не обізнані про переваги органіки або сумніваються в наявності таких; вважають поняття «органічний» маркетинговим ходом виробників, який просто стимулює платити більше (криза довіри); переконані, що всі «звання» (еко, органік, біо тощо) можна купити; не розуміють «навіщо платити більше»; не знають, де можна придбати органічні продукти; вирішивши споживати органічні продукти, споживач зіштовхується з проблемою реального здійснення свого рішення (малий вибір органіки в супермаркетах, особливо продуктів, що швидко псуються)» [4]. Отже, окрім недостатньої державної підтримки розвитку органічного виробництва, науковці зазначають, що слабку популярність серед споживачів цієї продукції. За рахунок слабкої відповідальності за підробку продукції існує недовіра серед покупців до органічної харчової продукції, що приводи до її незначної популярності в Україні. Однак, необхідно визначити основні переваги щодо розвитку органічної харчової продукції (рис. 2.). Перевагами розвитку органічної харчової продукції є як екологічні, економічні так і соціальні складові. В першу чергу, виробництво органічної харчової продукції позитивно вплине на екологічний стан нашої країни, за рахунок зменшення використання шкідливих речовин в процесі вирощування сільськогосподарських культур. Вітчизняна харчова продукція зміцнить рівень конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку, що приведе до збільшення обсягів споживання та вплине на зростання прибутків підприємств-виробників. Безумовно, зростання популярності на органічну харчову продукцію забезпечить розширення процесу її виробництва, а це підвищить соціальний рівень життя населення в сільській місцевості шляхом створення нових робочих місць.

Необхідно зазначити основні елементи пріоритетів розвитку органічної продукції (рис. 3.). При визначенні стратегічних напрямів розвитку органічної харчової продукції необхідно враховувати основні

елементи, серед них: конкуренція, екологічність, підприємництво, орієнтація на міжнародний ринок, зростання попиту, мотивація трудової діяльності. Урахування визначених орієнтирів розвитку в стратегічні напрями підвищить важливість органічного виробництва в Україні.

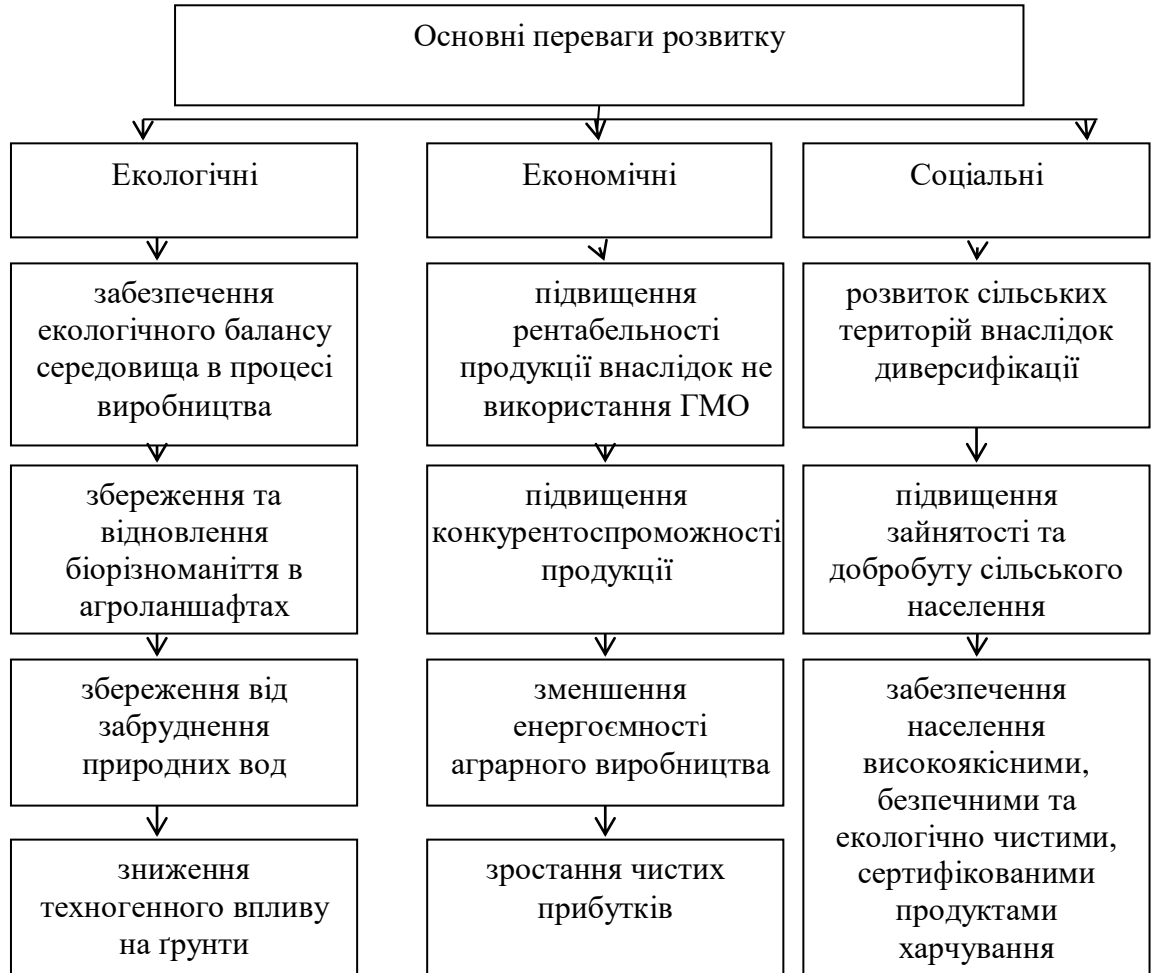


Рис. 2. Основні переваги розвитку органічної продукції

Джерело: [5, с.16].

Бережна Ю. С. вважає, що «Для України орієнтир на зарубіжні ринки органічної продукції є не лише довгостроковою перспективою, а й, за сприятливої державної підтримки та регулювання, цілком реальним. Одночасний розвиток внутрішнього та освоєння закордонного ринків органічної продукції посилить конкурентні позиції України у цій галузі аграрного господарства. Вибір компетентного закордонного партнера-імпортера та просування органічної продукції безпосередньо його каналами збуту значно зменшує витрати вітчизняного експортера. Проте, враховуючи існуючу тенденцію вітчизняного експорту органічної сировини, слід зауважити також про скорочення прибутку виробника

через неспроможність виготовляти готову органічну продукцію та представляти її на рівні з іноземними виробниками» [6, с.201-202].



Рис. 3. Основні елементи пріоритетів розвитку органічної продукції

Джерело: згруповано автором

Важливим стратегічним напрямом розвитку органічної харчової продукції в Україні є інтегрованість із закордонними ринками. Саме тому серед основних стратегічних завдань необхідно зазначити узгодженість законодавчо-нормативної бази із європейською у сфері обігу та маркування органічної продукції. Окрім цього Сенишин О.С. вважає, що «якщо розвиток органічного землеробства та органічного виробництва харчової продукції не стане стратегічним завданням України протягом наступних кількох років, то імпорт і власне тіньове виробництво генетично обробленої їжі здатні знищити генофонд українського народу. Тому хочемо акцентувати увагу на гострій необхідності активізації виробництва органічної продукції в Україні з урахуванням досвіду виробництва цієї продукції у європейських країнах» [7, с.113-114]. Отже, важливим етапом в обґрунтуванні стратегічних напрямів розвитку органічної харчової продукції є гармонізація національного законодавства до міжнародного. Окрім цього пропонуємо стратегічні напрями розвитку харчової органічної продукції розділити на макро-, мезо- та мікрорівні (рис. 4.). Стратегічні напрями розвитку харчової органічної продукції необхідно поділити за макро-, мезо- та мікрорівнями. На державному рівні головними

стратегічними завданнями розвитку органічної харчової продукції повинні стати: узгодження вітчизняного законодавство відповідно до міжнародного, удосконалення механізму щодо обігу та маркування продукції, формування стратегії розвитку органічної харчової продукції, збільшення державного фінансування.



Рис. 4. Стратегічні напрями розвитку харчової органічної продукції на макро-, мезо-, мікрорівнях

Джерело: згруповано автором

Обов'язковими компонентами регіонального рівня є : регіональні програми розвитку органічного виробництва, інформаційно-консультаційна підтримка, популяризація та активізація співробітництва з іноземними організаціями для обміну досвідом. На рівні підприємств важливим залишається підвищення рівня якості та конкурентоспроможності органічної харчової продукції, сертифікація за міжнародними стандартами та збільшення асортименту продукції. Отже, як зазначає Куліш Л. П. «Виробництво органічної продукції в Україні є надзвичайно перспективним напрямом, який здатен підвищити рівень конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, значно покращити імідж країни на світовій арені, сприяти розвитку ринкової інфраструктури та сталому розвитку країни у цілому. Однак виявлені проблеми вимагають розробки дієвих заходів державної підтримки щодо нарощування обсягів виробництва та реалізації органічної продукції, що й потребує подальших наукових досліджень у цій царині» [8, с.46].

Висновки. Досліджено основні теоретичні підходи до стратегічних напрямів розвитку органічної харчової продукції в Україні. Розкрито проблеми розвитку харчової органічної продукції, серед них: відсутність інституційної інфраструктури, незначний рівень наукових досліджень та інформаційно-консультаційного забезпечення, недостатній рівень державного фінансового забезпечення та відсутність маркетингових досліджень щодо виходу на міжнародні ринки. Обґрунтовано переваги розвитку органічної харчової продукції, серед яких: екологічні, економічні і соціальні. Екологічні переваги виробництва органічної харчової продукції позитивно вплинуть на екостан нашої країни, за рахунок зменшення використання шкідливих речовин в процесі вирощування сільськогосподарських культур. Економічною перевагою є те, що вітчизняна харчова продукція зміцнить рівень конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку, це приведе до збільшення обсягів споживання та вплине на зростання прибутків підприємств-виробників. Соціальною перевагою є зростання популярності на органічну харчову продукцію, що забезпечить розширення процесу її виробництва, а це підвищить соціальний рівень життя населення в сільській місцевості шляхом створення нових робочих місць. Доведено, що стратегічні напрями розвитку харчової органічної продукції необхідно поділити за макро-, мезо- та мікрорівнями, до яких віднести: узгодження вітчизняного законодавства відповідно до міжнародного; удосконалення механізму щодо обігу та маркування продукції; формування стратегії розвитку органічної харчової продукції; збільшення державного фінансування;

розроблення регіональних програм розвитку органічного виробництва; інформаційно-консультаційна підтримка; популяризація та активізація співробітництва з іноземними організаціями для обміну досвідом; підвищення рівня якості та конкурентоспроможності органічної харчової продукції; сертифікація за міжнародними стандартами та збільшення асортименту продукції.

Бібліографічний список

1. Казанджі А.В. Стратегічні вектори розвитку ринку органічної продукції України. *Інтелект XXI*. 2018. № 1. С.72-76.
2. Шкуратов О.І., Чудовська В.А., Вдовиченко А.В. Органічне сільське господарство: еколого-економічні імперативи розвитку: монографія. К.: ТОВ «ДІА», 2015. 248 с.
3. Сафронська І.М. Проблеми розвитку органічного виробництва продукції тваринництва. *Органічне виробництво і продовольча безпека*. Житомир: «Полісся», 2013. 492 с.
4. Формування ринку органічної продукції в Україні: теоретичні та практичні аспекти : монографія / авт.: Т. А. Кунділовська, Н. М. Зеленянська, В. Г. Захарчук [та ін.] ; за заг. ред. Т. А. Кунділовської. Одеса : Астро принт, 2019. 128 с.
5. Грановська В. Г. Перспективи розвитку підприємств органічного сектору. *Агросвіт*. 2017. №3. С.10-16.
6. Бережна Ю. С. Канали збуту органічної продукції: міжнародний аспект та вітчизняна практика. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 4, Т. 4. С.198-202.
7. Сенишин О.С. Формування стратегічних напрямів розвитку органічного землеробства в Україні з використанням методики SWOT-аналізу. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск 10. С.112-120.
8. Куліш Л. П. Розвиток конкурентоспроможного органічного виробництва в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 1. С.42-46
9. Іртищева І.О., Крамаренко І.С. Факторинг як напрям стратегічного розвитку фінансового забезпечення агропродовольчої сфери. *Вісник ХНАУ*. 2011. №8. С.16-21
10. Іртищева І.О., Смелянець Т.В., Бурдельна Г.О., Крамаренко І.С. Стан та стратегічні орієнтири інвестиційно-фінансового забезпечення агропродовольчої сфери в умовах глобалізації. *Агросвіт*. 2012. №7. С.26-30

11. Іртищева І.О., Крамаренко І.С. Фінансово-кредитне забезпечення агропродовольчої сфери України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Агросвіт*. 2013. №3. С.14-16

12. Попадинець Н. М., Іртищева І. О., Крамаренко І. С., Данило С. І., Журавель Ю. В. Стратегічні орієнтири державного регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів. *Регіональна економіка*. 2020. №2(96). С. 131-143.

13. Dolzhykova I., Irtysheva I., Ponomarova M. Conceptual fundamentals of development of the food security system // *Baltic Journal of Economic Studies*, Volume 5 Number 2. Riga: Publishing House “Baltija Publishing”, 2019, 262 p. P 57-64. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/>

14. Должикова І., Пономарьова М.. Заходи забезпеченні конкурентних переваг та зміцнення конкурентоспроможного виробництва. Сучасні напрями та перспективи розвитку агро- та електроінженерії: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2018. 240 с. С. 86-88.

15. Кривошея Є.В. Безпека харчової продукції у контексті угоди європейського союзу з Україною про асоціацію / Є.В. Кривошея // VI Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи», 08-10.04.2015, м. Харків, ХНТУСГ. С. 75-78.

References

1. Kazandzhi A.V. Stratehichni vektory rozvytku rynku orhanichnoyi produktsiyi Ukrayiny. *Intelekt КНКНІ*. 2018. No 1. С.72-76.

2. Shkuratov O.I., Chudovs'ka V.A., Vdovychenko A.B. Orhanichne sil's'ke hospodarstvo: ekoloho-ekonomichni imperatyvy rozvytku: monohrafiya. К.: ТОВ «DIA», 2015. 248 s.

3. Safrons'ka I.M. Problemy rozvytku orhanichnoho vyrobnytstva produktsiyi tvarynnytstva. Orhanichne vyrobnytstvo i prodovol'cha bezpeka. Zhytomyr: «Polissya», 2013. 492 s.

4. Formuvannya rynku orhanichnoyi produktsiyi v Ukrayini: teoretychni ta praktychni aspekty : monohrafiya / avt.: Т. А. Kundilovs'ka, N. М. Zelenyans'ka, V. Н. Zakharchuk [ta in.] ; za zah. red. Т. А. Kundilovs'koyi. Odesa : Astro prynt, 2019. 128 s.

5. Hranovs'ka V. Н. Perspektyvy rozvytku pidpryyemstv orhanichnoho sektoru. *Ahrosvit*. 2017. №3. S.10-16.

6. Berezhna YU. S. Kanaly zbutu orhanichnoyi produktsiyi: mizhnarodnyy aspekt ta vitchyznyana praktyka. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*. 2010. No 4, T. 4. S.198-202.

7. Senyshyn O.S. Formuvannya stratehichnykh napryamiv rozvytku orhanichnoho zemlerobstva v Ukraini z vykorystannyam metodyky SWOT-analizu. *Ekonomika i suspil'stvo*. 2017. Vypusk 10. S.112-120.

8. Kulish L. P. Rozvytok konkurentospromozhnoho orhanichnoho vyrobnytstva v Ukraini. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. 2019. No 1. S.42-46

9. Irtysheva I.O., Kramarenko I.S. Faktorynh yak napryam stratehichnoho rozvytku finansovoho zabezpechennya ahroprodovol'choyi sfery. *Visnyk KHNAU*. 2011. №8. S.16-21

10. Irtysheva I.O., Smelyanets' T.V., Burdel'na H.O., Kramarenko I.S. Stan ta stratehichni oriyentyry investytsiyno-finansovoho zabezpechennya ahroprodovol'choyi sfery v umovakh hlobalizatsiyi. *Ahrosvit*. 2012. №7. S.26-30

11. Irtysheva I.O., Kramarenko I.S. Finansovo-kredytne zabezpechennya ahroprodovol'choyi sfery Ukrainy: suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku. *Ahrosvit*. 2013. №3. S.14-16

12. Popadynets' N. M., Irtysheva I. O., Kramarenko I. S., Danylo S. I., Zhuravel' YU. V. Stratehichni oriyentyry derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku vnutrishn'oho rynku spozhyvchykh tovariv. *Rehional'na ekonomika*. 2020. №2(96). S. 131-143.

13. Dolzhykova I., Irtysheva I., Ponomarova M. Conceptual fundamentals of development of the food security system // *Baltic Journal of Economic Studies*, Volume 5 Number 2. Riga: Publishing House “Baltija Publishing”, 2019, 262 p. R 57-64. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/>

14. Dolzhykova I., Ponomar'ova M.. Zakhody zabezpechenni konkurentnykh perevah ta zmitsnennya konkurentospromozhnoho vyrobnytstva. Suchasni napryamy ta perspektyvy rozvytku ahro- ta elektroinzheneriyi: materialy Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi. Ternopil': FOP Palyanytsya V. A., 2018. 240 s. С. 86-88.

15. Kryvosheya YE.V Bezpeka kharchovoyi produktsiyi u konteksti uhody yevropeys'koho soyuzu z ukrayinoyu pro asotsiatsiyu / YE.V. Kryvosheya //VI Mizhnarodna naukovo-praktychna Internet-konferentsiya «Rynkova transformatsiya ekonomiky: stan, problemy, perspektyvy», 08-10.04.2015, m. Kharkiv, KHNTUS·H. S. 75-78.

Иртищева И.А., Войт А.С. Стратегические направления развития органической пищевой продукции: теоретические подходы. В статье исследованы теоретические подходы к стратегическим направлениям развития органической пищевой продукции. Приведены проблемы развития пищевой органической продукции. Обоснованы

основные преимущества развития органической продукции. Раскрыты главные элементы ценностей развития органической Доказано, что основными стратегическими направлениями развития органической пищевой продукции является гармонизация отечественного законодательства в международном, разработка стратегии, государственных и региональных программ, обращение и маркировка органической продукции.

Ключевые слова: органическая пищевая продукция, стратегические направления, теоретические подходы, проблемы, факторы

Irtysheva I.A., Voit O.S. Strategic directions of organic food development: theoretical approaches. The article investigates theoretical approaches to strategic directions of organic food development. Problems of development of food organic products are given. The main advantages of organic product development are substantiated. The main elements of priorities for the development of organic products are revealed. Strategic directions of development of food organic products at macro-, meso-, micro-levels are substantiated. The advantages of the development of organic food products are substantiated, among which: ecological, economic and social. Environmental benefits of organic food production will have a positive impact on the eco-state of our country, by reducing the use of harmful substances in the process of growing crops. The economic advantage is that domestic food products will strengthen the level of competitiveness in both domestic and international markets, this will increase consumption and increase the profits of producers. It is proved that the strategic directions of development of organic food products should be divided into macro-, meso- and micro-levels, which include: harmonization of domestic legislation in accordance with international; improvement of the mechanism for circulation and labeling of products; formation of a strategy for the development of organic food products; increase public funding; development of regional programs for the development of organic production; information and consulting support; popularization and intensification of cooperation with foreign organizations for exchange of experience; improving the quality and competitiveness of organic food products; certification according to international standards and increasing the range of products.

Key words: organic food products, strategic directions, theoretical approaches, problems, factors

Стаття надійшла до редакції: 03.05.2021 р.