

СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 338.439 : 658.8 : 504

Вдовиченко А.В.

*кандидат сільськогосподарських наук,
директор Державного підприємства «Дослідне господарство «Сквирське»
Інституту агроекології та природокористування»
Національної академії аграрних наук України*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИКІВ НА РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Стаття присвячена дослідженню та обґрунтуванню теоретико-методичних засад оцінки конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції. У статті розглянуто сутність та поняття конкурентоспроможності як економічного явища. Визначено критерії та показники конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції виходячи з особливостей взаємодії складових сталого розвитку. Розроблено комплексний методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності об'єктів ринку продукції органічного сільського господарства на основі матричного аналізу взаємин між різними суб'єктами і об'єктами даного ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ринок, попит, пропозиція, виробники, органічна сільськогосподарська продукція.

Вдовиченко А.В. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ОРГАНИЧЕСКОЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Статья посвящена исследованию и обоснованию теоретико-методических основ оценки конкурентоспособности производителей на рынке органической сельскохозяйственной продукции. В статье рассмотрены сущность и понятие конкурентоспособности как экономического явления. Определены критерии и показатели конкурентоспособности производителей на рынке органической сельскохозяйственной продукции исходя из особенностей взаимодействия составляющих устойчивого развития. Разработан комплексный методический подход к оценке конкурентоспособности объектов рынка продукции органического сельского хозяйства на основе матричного анализа взаимоотношений между различными субъектами и объектами данного рынка.

Ключевые слова: конкурентоспособность, рынок, спрос, предложение, производители, органическая сельскохозяйственная продукция.

Vdovychenko A.V. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF PRODUCERS IN THE MARKET OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTION

The article is devoted to the study and substantiation of the theoretical and methodological foundations for assessing the competitiveness of producers in the market of organic agricultural products. The article deals with the essence and concept of competitiveness as an economic phenomenon. The criteria and indicators of the competitiveness of producers in the market of organic agricultural products are determined on the basis of the features of the interaction of the components of sustainable development. A comprehensive methodological approach to assessing the competitiveness of market facilities for organic farming products is developed on the basis of a matrix analysis of the relationships between various subjects and objects of this market.

Keywords: competitiveness, market, demand, supply, producers, organic agricultural products.

Постановка проблеми. Продовольче забезпечення та продовольча безпека населення належить до головних проблем соціально-економічного розвитку у національному та глобальному вимірах. В основі її вирішення лежить ефективне функціонування аграрних підприємств на основі раціонального використання природних ресурсів та ресурсозбереження в інтересах теперішнього і майбутніх поколінь. Тому останнім часом все більшого значення набуває розвиток органічної сільськогосподарської продукції та виробників, які його забезпечують. Його принципи направлені на збереження та відтворення навколишнього природного середовища і його біорізноманіття, збільшення обсягів якісного продовольства, поліпшення здоров'я та умов життєдіяльності населення [1]. В існуючих умовах, коли органічне сільське господарство та ринок органічної сільськогосподарської продукції в цілому на міжнародному рівні вже розглядаються як чинники сталого розвитку, вельми важливою стає проблема обґрунтування оцінки конкурентоспроможності органічних технологій вироб-

ництва, органічної продукції на основі комплексного підходу з урахуванням економічної, екологічної та соціальної складових. Це визначає актуальність теми даного дослідження в загальнотеоретичному і методологічному планах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями теорії конкуренції і конкурентоспроможності займалися і продовжують займатися маса вчених-економістів в різних країнах світу, починаючи ще з часів А. Сміта і Д. Рікардо. Надалі серед вітчизняних та зарубіжних учених, які зробили істотний внесок у наукові основи теорії ринкової конкуренції та конкурентоспроможності, доцільно зазначити Т. Васильців, С. Ілляшенка, Д. Кларка, Ф. Котлера, П. Кругмана, Р. Лупак, М. Портера, А. Новикову, Т. Філософову тощо. Дослідженню ринку органічної сільськогосподарської продукції присвячено наукові праці таких вітчизняних та зарубіжних дослідників як Т.В. Боровик, К.Г. Бородіна, Н.В. Зіновчук, Д.І. Родейл, Ж.Е. Соколова, Т.Б. Харченко, В.А. Чудовська, О.І. Шкуратов, О.М. Яценко та інші.

Що стосується питань конкурентоспроможності на ринку органічної сільськогосподарської продукції, то вони вивчаються досить фрагментарно при відсутності комплексного підходу до проблеми. На нашу думку, найбільш важливими, в області конкурентоспроможності на ринку органічної сільськогосподарської продукції є роботи таких вчених, як Г. Азіз, Л. Вінклер, Р. Грабовський, Р. Дудяк, Н. Косар, Н. Кузьо, Н. Немес, Н. Новак, Д. Піментел, М. Шлютері, Х. Штирхун та інші. Однак детальний аналіз вказаних наукових праць показав, що більшість вчених, що досліджували дану проблему, не приділили достатньої уваги питанням методичного забезпечення оцінювання конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції. Доцільно зауважити, що окремі аспекти зазначеної проблеми залишаються недостатньо розкритими та потребують нових теоретико-методичних підходів до їх вирішення.

Мета статті полягає в дослідженні та обґрунтуванні теоретико-методичних засад оцінки конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Органічне виробництво сільськогосподарської продукції в різних країнах світу спромоглась сягнути комерційного рівня розвитку та сформувати повноцінний ринок органічної продукції, а саме органічне виробництво стало об'єктом та суб'єктом конкуренції. На сьогодні у органічного сільськогосподарського виробництва є два яскраво виражених конкуренти: класичне і неокласичне індустріальне виробництво сільськогосподарської продукції та генно-інженерне сільськогосподарське виробництво. Тому надзвичайно можливо мати змогу правильно оцінити конкурентоспроможність виробників органічної сільськогосподарської продукції у порівнянні з традиційними методами виробництва в розрізі територіальних та галузевих рівнів.

Загалом, варто зазначити, що найскладніші етапи оцінювання рівня конкурентоспроможності виробників органічної продукції включають в себе формування комплексного врахування чинників впливу на рівень конкурентоспроможності органічного виробництва, перш за все, на стадії власне виробництва органічної продукції. В процесі оцінювання варто врахувати не лише показники виробничої ефективності, а й низку екологічних та соціальних вигід та витрат.

Україна має великі можливості для виробництва органічної сільськогосподарської продукції. Споживчий ринок органічної сільськогосподарської продукції, що є сертифікованими, в Україні почав розвиватись з 2006 року. Сьогодні в Україні функціонують 184 виробників, які використовуючи площу понад 450 тис. га, реалізують органічні методи господарювання та часто є сертифікованими як органічні у відповідності з наявними вимогами регулювання Євросоюзу [2].

Слабка розробленість теоретико-методичних питань з проблеми конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції, на нашу думку, є важливим обмежувальним фактором його розвитку, оскільки неясність в даній проблемі перешкоджає виробленню ефективної державної політики в даному питанні і призводить до негативного зворотного зв'язку – до неадекватного регулювання ринку.

В даній час існує багато різних підходів до поняття конкурентоспроможності. Доцільно погодитися з думкою С.М. Ілляшенко, що дане різнома-

ниття визначається: або особливостями постановки мети і завдань дослідження, що призводить авторів до необхідності акцентування своєю уваги на тому чи іншому аспекті конкурентоспроможності, але не приймається в розрахунок подальшими дослідниками; або особливостями вибору предмета дослідження (товар, послуга); суб'єкта конкуренції (підприємство, галузь, регіон, національна економіка, держава); об'єкта конкуренції (попит, ринок, фактори виробництва: природні ресурси, робоча сила, капітал, цінні папери, інформація); масштабу діяльності товарних ринків (регіональні, міжрегіональні, світові) [3].

Ринок органічної продукції – це особлива складова сільськогосподарської галузі, яка потребує окремого підходу до оцінки рівня конкурентоспроможності органічної продукції на ринку сільськогосподарської продукції. Особливості такого підходу загалом зумовлені специфічними характеристиками ринку органічної сільськогосподарської продукції:

- ринок органічної сільськогосподарської продукції відносно молодий навіть у розвинених країнах. Частина ринку сільськогосподарської продукції, яку займає органічна продукція, утворилась як окремих сегмент лише декілька десятиліть тому;

- органічне виробництво відрізняється від традиційного перш за все тим, що базується на принципово іншій ресурсній базі (використовуються лише поновлювані місцеві ресурси та інтелектуально-інформаційні ресурси);

- органічна сільськогосподарська продукція з одного боку являється для кінцевого споживача продукцією підвищеної якості, а це збільшує попит на неї, а з іншого боку – органічна продукція має вищу ціну, що обмежує споживчий попит на таку продукцію;

- ринок органічної продукції на відміну від традиційних агровиробничих ринків, характеризується більш тісним зв'язком між виробником і кінцевим споживачем та меншою кількістю посередників. Це з одного боку позитивно впливає на стабільність такого ринку (стійкий збут, можливість зниження ціни для постійних покупців, більш широка обізнаність покупців про походження та якість органічної продукції), а з іншого боку, це обмежує можливість інвесторів в сфері переробки, оптової та роздрібно торгівлі органічною продукцією;

- функціонування ринку органічної продукції має особливе значення для держави у сфері внутрішньої та зовнішньої економічної діяльності.

Виходячи зі складної і багатфакторної специфіки ринку органічної сільськогосподарської продукції, підходи до оцінки конкурентоспроможності його виробників і виготовленої продукції, на нашу думку, найбільш доцільно визначати виходячи з взаємин між основними об'єктами, що володіють конкурентоспроможністю і суб'єктами, які оцінюють конкурентоспроможність тих чи інших об'єктів. Підходи до оцінки конкурентоспроможності на ринку повинні виникати з аналізу взаємин інтересів між «гравцями» ринку органічної сільськогосподарської продукції (виробниками, посередниками, споживачами) і позаринковим регулятором ринку – державою.

Питання структурування суб'єктів і об'єктів конкурентоспроможності, їх взаємини розглядаються в ряді праць зарубіжних і вітчизняних вчених. Для виявлення найбільш об'єктивних підходів до оцінки конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції краще за все, на нашу думку, підходять основи, закладені в дослі-

дженнях Т. Філософовой [4]. На основі цих досліджень об'єкти, що володіють конкурентоспроможністю, можуть бути розділені на п'ять категорій: конкурентоспроможність продукції; конкурентоспроможність підприємства; конкурентоспроможність галузі; конкурентоспроможність регіону; конкурентоспроможність країни. При цьому виникає питання, що є базовим поняттям конкурентоспроможності. Автор розглядає в якості базового поняття конкурентоспроможність продукції, і на цій основі будується піраміда, вершиною якої є держава.

На нашу думку, в даному випадку відбувається поєднання класифікаційних критеріїв: товарного, галузевого та територіального. Для певних видів продукції більш високими елементами класифікаційної ієрархії стануть товарні групи більш високого рівня. Рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання в такому випадку є базовим поняттям відносно групи підприємств, які займаються виробництвом даного товару або наданням послуги.

Найбільш досліджуваними видами конкурентоспроможності є конкурентоспроможність товару, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі, національна конкурентоспроможність.

На думку Р. Лупак, конкурентоспроможність підприємства можна визначити, як відносну характеристику, яка відображатиме відміну процесу розвитку даного продуцента від конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами (послугами) потреби споживачів, так і за ефективністю виробничої діяльності [6].

Конкурентоспроможність галузі, якщо останню розглядати, як групу підприємств, можна формулювати, використовуючи, наприклад, визначення конкурентоспроможності підприємства Р. Лупак, проте доцільно враховувати вплив територіального фактора при порівнянні з конкурентами. Однозначного визначення поняття національна конкурентоспроможність (National Competiveness) не існує. Під національною конкурентоспроможністю найчастіше розуміється або здатність країни домогтися високих темпів економічного зростання, які були б стійкі в середньостроковій перспективі, або рівень продуктивності факторів виробництва в даній країні, або здатність компаній даної країни успішно конкурувати на тих чи інших міжнародних ринках [7].

Фінансування, забезпечене об'єктами конкурентоспроможності (до яких залежно від рівня включають товар, підприємство чи галузь) оцінюється

суб'єктами з різних позицій. Це дає можливість забезпечити об'єктивну оцінку інтересів кожного з суб'єктів та в результаті такої оцінки створити критерії конкурентоспроможності. Варто приділити додаткову увагу підходу, який передбачає аналіз матриці критеріїв конкурентоспроможності. Для такого аналізу окрім об'єктів конкурентоспроможності визначаються також і суб'єкти: споживач, виробник, інвестор і держава (табл. 1).

Подібний підхід з певним урахуванням особливостей виробництва і реалізації органічної сільськогосподарської продукції, з урахуванням рівня їх сучасного розвитку і сформованих підходів у окремих суб'єктів оцінки конкурентоспроможності може бути застосований і для ринку органічної сільськогосподарської продукції (табл. 2).

Конкурентоспроможність виробників органічної сільськогосподарської продукції кінцевий замовник оцінює з позицій повноти задоволення своїх фізіологічних потреб, очікування підвищеної якості (включаючи смакові властивості), гарантії якості, фізичної та економічної доступності. Крім того, придбання даної продукції стимулюється усвідомленням непрямої участі в оздоровленні навколишнього середовища, оскільки органічне сільськогосподарське виробництво асоціюється в меншому викиді шкідливих речовин і підтримці біорізноманіття.

Споживач оцінює конкурентоспроможність виробників органічної сільськогосподарської продукції в основному абстрактно. Конкретна оцінка виникає при наявності можливості прямого (без посередника) придбання продукції. Що стосується послуг з реалізації органічної сільськогосподарської продукції, то споживач оцінює конкурентоспроможність відповідних виробників зі стандартних позицій (віддаленість торгового підприємства, якість обслуговування, якість продукції, ціни, інформація про походження продукту).

Виробник органічної сільськогосподарської продукції оцінює товар, в першу чергу, з точки зору доходу і чистого прибутку, яку він може отримати при його реалізації, з урахуванням таких специфічних факторів, як тривалість перехідного періоду, рівень державної фінансової підтримки, якість інформаційно-консультаційного забезпечення, можливість встановлення преміальних цін.

Важливим фактором оцінки конкурентоспроможності виробників ринку органічної сільськогосподарської продукції є можливість стійкого збуту продукції, безпосередньо (без посередників) і виробництво

Таблиця 1

Матриця критеріїв оцінки конкурентоспроможності

Об'єкти	Суб'єкти			
	Споживач	Виробник	Інвестор	Держава
Товар	Повнота задоволення потреб.	Прибутковість товару (рентабельність).	Затребуваність товару, рівень рентабельності продажів.	Затребуваність товару, його соціальна значимість.
Підприємство	Надійність підприємства, його стабільність і положення на ринку.	Співвідношення ціни та якості продукції, що випускається, відповідність технічним, екологічним і іншим нормам і стандартам.	Рентабельність підприємства в цілому, його фінансово-економічне становище.	Затребуваність продукції підприємства, її значимість, обсяги продажів.
Галузь	Еластичність попиту на продукцію (роботи, послуги) різних галузей	Середній рівень рентабельності, доцільність роботи в галузі або виходу з неї.	Середній рівень рентабельності.	Затребуваність продукції галузі, її значимість, обсяги продажів.
Країна (регіон)	Забезпечення певного рівня якості життя.	Забезпеченість ресурсами, їх якість і доступність.	Інвестиційний клімат.	Ефективність використання ресурсів, платіжний баланс.

Джерело: адаптовано автором за [8]

брендів [9]. Торговельне підприємство оцінюється виробником органічної сільськогосподарської продукції через можливість стійкого збуту в різних обсягах і здатність швидко її реалізувати кінцевим споживачам без втрати свіжості. Важливе значення при цьому має віддаленість виробників від підприємств торгівлі, а також досвід з реалізації подібної продукції (реклама, інформування і консультування покупців).

Ринок органічної сільськогосподарської продукції оцінюється виробником з позиції рівня державного регулювання (наявність дієвої гарантійної системи якості), питомої ваги органічної сільськогосподарської продукції в загальному агропродовольчому виробництві і реалізації, питомої ваги імпортової органічної сільськогосподарської продукції на органічному ринку, тенденціями в розвитку каналів реалізації, а також можливості отримання дієвої фінансової допомоги з боку держави.

Торговими підприємствами органічна сільськогосподарської продукції оцінюється також з точки зору її прибутковості. Також як і для виробників важливим фактором є преміальні ціни, а роль державної підтримки – тільки непряма у вигляді зручної ідентифікації органічного сільськогосподарського продукту на предмет його походження і відповідності стандартам якості. Особливо це важливо для імпортованої органічної сільськогосподарської продукції. Важливе значення для підтвердження високої конкурентоспроможності реалізованого товару також є високий рівень репутації органічної сільськогосподарської продукції у споживачів.

Держава оцінює різні об'єкти ринку органічної сільськогосподарської продукції з більш широких

позицій. Якщо розглядати ставлення держави до різних видів органічної сільськогосподарської продукції, то вона оцінює її конкурентоспроможність з позицій соціально-економічних (затребуваність продукції), економічних (диверсифікація внутрішньої економіки, а можливо і зовнішньої економічної діяльності), соціальних (здоров'я населення в поєднанні з фізичною та економічною доступністю органічної продукції) [10].

Виробники оцінюються по-різному, в залежності від територіального розміщення та функціональної спрямованості. Що стосується органічних фермерських господарств, розташованих в сільській місцевості, то повз здатності виконувати органічні стандарти і забезпечувати стійкість виробництва після проходження перехідного періоду, держава оцінює їх конкурентоспроможність з точки зору зовнішніх переваг, в першу чергу, з природоохоронних позицій, а також з точки зору забезпечення додаткової зайнятості.

Підприємства з переробки органічної сільськогосподарської продукції та підприємства, які надають послуги з реалізації органічної сільськогосподарської продукції, оцінюються з точки зору стійкості виробництва і здатності зберігати початкову якість товарів при дотриманні всіх необхідних стандартів.

Державі доцільно оцінювати конкурентоспроможність виробників ринку органічної сільськогосподарської продукції, ґрунтуючись на обліку як можна більш широкого спектра різноманітних факторів, які лежать як в економічній, екологічній та соціальній площинах. Держава також має оцінювати рівень розвитку внутрішнього ринку з точки зору потенціалу виходу на ринки зовнішні.

Таблиця 2

Матриця критеріїв оцінки конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції

Об'єкти	Суб'єкти			
	Кінцевий споживач органічної продукції сільськогосподарського призначення	Виробник органічної продукції сільськогосподарського призначення	Виробник послуг з реалізації органічної продукції сільськогосподарського призначення	Держава
Органічна продукція сільськогосподарського призначення	Доступність, якість, зовнішні екологічні ефекти.	Прибутковість з урахуванням чинників державного регулювання ціноутворення. Стійкість збуту, можливість збуту без посередників. Виробництво брендів.	Прибутковість, зручна ідентифікація органічного продукту, в тому числі імпортного. Висока репутація у споживачів.	Затребуваність продукції населенням. Соціальні чинники (здоров'я і доступність). Диверсифікація внутрішньої економіки і ЗЕД.
Виробник органічної продукції сільськогосподарського призначення	Можливість придбання продукції без посередників. В іншому оцінка – абстрактна.	Джерело отримання стійкого доходу при відносно низьких витратах. Фактор сталого розвитку сільської місцевості і отримання додаткових несільськогосподарських доходів.	Диверсифікація виробників. Незначна їх віддаленість. Кооперативні поставки.	Забезпечення органічних стандартів і стійкість виробництва після перехідного періоду. Фактор збільшення зайнятості.
Підприємство з реалізації органічної продукції сільськогосподарського призначення	Стандартна оцінка з позицій покупця (віддаленість, ціна, якість тощо).	Можливість сталого прийому торговими підприємствами як великих, так і малих партій органічної продукції і швидка оборотність реалізації.	Обсяг продажу. Частка органічної продукції в продажах. Стійкі зовнішні поставки.	Забезпечення збереження якості за рахунок дотримання органічних стандартів.
Ринок органічної продукції сільськогосподарського призначення на рівні країни	Оцінюється побічно через структуру споживчих витрат.	Розвиненість органічної гарантійної системи. Розвиток каналів реалізації. Можливості державної підтримки в перехідний період.	Розвиненість органічної гарантійної системи. Наявність стійкої виробничої бази.	Частка органічного сегмента на продовольчому ринку. Диверсифікація внутрішньої економіки. Екологічні фактори.

Джерело: [8]

Аналіз зв'язків між суб'єктами та об'єктами конкурентоспроможності виробників органічної сільськогосподарської продукції (табл. 2), свідчить про те, що рівень конкурентоспроможності виробників органічної продукції необхідно оцінювати, враховуючи окрім економічних критеріїв ефективності ще й екологічні та соціальні. До того ж, з точки зору збалансованого розвитку сільськогосподарської галузі, останні два критерії за ступенем значущості не повинні поступатися економічній ефективності.

З огляду на це, оцінювання рівня конкурентоспроможності виробників органічної продукції на сільськогосподарських ринках можна здійснювати на основі підходів, які відповідають сучасній концепції сталого розвитку, та базуються на трьох основних складових, які дають змогу відокремити економічні, екологічні та соціальні критерії оцінки рівня конкурентоспроможності виробників органічної продукції.

До перспективних напрямків підвищення рівня конкурентоспроможності виробників органічної продукції відносять:

- формування основ розвитку органічного виробництва (розширення систем дотацій для здійснення консервування земель, їх залучення до господарського обороту після завершення відновлення);

- удосконалення механізмів залучення земель до виробництва органічної продукції, впровадження інноваційних технологій, використання органічних добрив, додаткове фінансування заходів перекваліфікації кадрів тощо;

- забезпечення належного державного регулювання та контролю за виробництвом та реалізацією органічної продукції на внутрішньому ринку (визначення квот на цінові надбавки для органічної; створення державних програм підтримки сертифікованої продукції; збалансоване регулювання видів органічного виробництва для ефективного розширення товарного асортименту; посилена державна підтримка окремих сегментів органічного виробництва (дитяче і лікувально-профілактичне харчування тощо);

- удосконалення ринкових механізмів регулювання розповсюдження органічної продукції, створення державних програм щодо поширення інформації через засоби масової інформації про переваги споживання органічної продукції.

Висновки. Виробництво органічної сільськогосподарської продукції може стати конкурентною перевагою економіки України і надати імпульс розвитку не тільки сільського господарства, але і багатьох інших супутніх галузей. У методологічному плані до оцінки конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції пропонується підходити комплексно (з урахуванням впливу супутніх зовнішніх ефектів екологічного та соціального характеру). У зв'язку з цим обґрунтовано

доцільність використання економічних, екологічних і соціальних складових сталого розвитку в якості рівноправних критеріїв для оцінки конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції з урахуванням особливостей відносин суб'єктів і об'єктів на даному ринку. Проведена в дослідженні оцінка конкурентоспроможності виробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції показує в цілому загальну конкурентні переваги повністю сформованого ринку органічної сільськогосподарської продукції, якщо розглядати його з позиції держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Новак Н.П. Принципи та конкурентні переваги розвитку органічного сільськогосподарського виробництва в Україні / Н.П. Новак // *Агросвіт*. – №9. – 2016. – С. 30–33.
2. Єрошина Т.В. Екологічно чиста продукція АПК: суть поняття, суспільно-географічні підходи до дослідження / Т.В. Єрошина // *Український географічний журнал*. – 2012. – №2. – С. 33–37.
3. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД Університетська книга, 2005. – 234 с.
4. Философова Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: [учеб. пособ.] / Т.Г. Философова, В.А. Быков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 271 с.
5. Ходаківська О.В. Світова практика державного регулювання та підтримки органічного виробництва / О.В. Ходаківська, С.Г. Корчинська // *Вісник Харківського національного університету сільськогосподарства*. – 2011. – Вип. 113. – С. 418–423. – (Серія: «Економічні науки»).
6. Чудовська В. А. Еколого-економічний механізм розвитку органічного сільського господарства: теорія і практика: [монографія] / В.А. Чудовська, О.І. Шкуратов, В.В. Кипоренко. – К.: ТОВ «ДІА», 2016. – 332 с.
7. Лупак Р.Л. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб.] / Р.Л. Лупак, Т.Г. Васильців. – Львів: Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
8. Соколова Ж.Е. Развитие мирового рынка продукции органического сельского хозяйства: дис. ... доктора экон. наук: 08.00.14 / Соколова Жанна Евгеньевна. – Москва, 2013. – 383 с.
9. Грабовський Р.С. Конкурентоспроможність органічної продукції на продовольчому ринку України / Р. С. Грабовський, Р.П. Дудяк // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2012. – Вип. 22.9. – С. 184–188.
10. Філон М.М. Дослідження економічної сутності конкуренції, її вплив на формування структури ринку в національній економіці / М.М. Філон // *Науковий вісник Херсонського державного університету*. – Вип. 17. – Ч. 4. – 2016. – С. 40–43. – (Серія: «Економічні науки»).
11. Косар Н.С. Дослідження ринку органічних продуктів харчування України та напрями підвищення їх конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Н.С. Косар, Н.Є. Кузьо // *Ефективна економіка*. – 2016. – Режим доступу: <http://www.m.nauka.com.ua/?or=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4777>
12. Жавнерчик О.В. Напрями підвищення конкурентоспроможності органічної продукції в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Жавнерчик. – 2013. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20130214_econ/3_zhavnerchik.htm