

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 63



Видавничий дім
«Гельветика»
2022

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор, ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій» (Одеса, Україна).

Члени редакційної колегії:

Абрамова Алла Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Борщ Вікторія Ігорівна – доктор економічних наук, доцент, Одеський національний медичний університет (Одеса, Україна).

Вербівська Людмила Василівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Гавкалова Наталія Леонідівна – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Харків, Україна).

Дименко Руслан Анатолійович – доктор економічних наук, доцент, ДВНЗ Університет банківської справи (Львів, Україна).

Дука Анастасія Петрівна – доктор економічних наук, професор, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

Жаворонок Артур Віталійович – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Коваль Віктор Васильович – доктор економічних наук, професор, Південний науковий центр НАН України та МОН України (Одеса, Україна).

Кудласва Наталія Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Лопашук Інна Афанасіївна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Маргасова Вікторія Геннадіївна – доктор економічних наук, професор, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

Марич Максим Григорович – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Морозова (Селіверстова) Людмила Сергіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний торговельно-економічний університет (Київ, Україна).

Пономаренко Тетяна Вадимівна – доктор економічних наук, професор, Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Бугая (Київ, Україна).

Попова Любов Василівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Прохорчук Світлана Володимирівна – кандидат економічних наук, професор, Заклад вищої освіти «Міжнародний університет бізнесу і права» (Херсон, Україна).

Роговий Андрій Віталійович – доктор економічних наук, професор, Навчально-науковий інститут бізнесу, природокористування і туризму, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

Стеблянюк Ірина Олегівна – доктор економічних наук, професор, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна).

Федишин Майя Пилипівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Цвірко Олена Олександрівна – доктор економічних наук, професор, ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій» (Одеса, Україна).

Велькі Януш – доктор економічних наук, професор, Університет «Опольська політехніка» (Ополе, Польща).

Гросу Вероніка – доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Дзіеканські Павел – доктор економічних наук, професор, Університет імені Яна Кохановського (Кельце, Польща).

Космулес Крістіна Габрієла – кандидат економічних наук, асистент професора, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Міхальчук Камелія-Каталіна – кандидат економічних наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Пілелієне Ліна – доктор економіки, професор маркетингу, Університет Вітаутаса Великого (Каунас, Литва).

Ситнік Інесса Василівна – доктор економічних наук, професор, Університет «Політехніка Опольська» (Ополе, Польща).

Соколюк Маріан – кандидат економічних наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Хлачук Елена – доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Чоботару Маріус-Сорін – кандидат економічних наук, лектор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Електронна сторінка видання – www.market-infr.od.ua

Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (Категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 28 грудня 2019 року № 1643 (Додаток 4)

Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;

072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;

076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 241 – Готельно-ресторанна справа;

242 – Туризм; 292 – Міжнародні економічні відносини.

Затверджено до поширення через мережу Internet відповідно до рішення вченої ради Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій (від 31 січня 2022 року протокол №1).

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИСОКОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

ENSURING HIGHLY COMPETITIVE CAPACITY OF THE ENTERPRISE IN THE PRODUCTION OF ORGANIC PRODUCTS

У статті розглянуто визначення «конкурентоспроможність» та «органічне виробництво» різних науковців. Розглянуто розвиток органічного виробництва та взаємозв'язок його з конкуренцією, оскільки сьогодні постає завдання задоволення потреб споживачів у продуктах харчування високої якості, що зумовлює підприємства зосередити увагу на виробництві органічної продукції. Визначено місце рейтингу України у міжнародній конкуренції за допомогою індексу глобальної конкурентоспроможності. Проаналізовано органічний ринок країни, а саме: кількість операторів органічного виробництва, розмір площ сільськогосподарських угідь органічного призначення, обсяг реалізації основної органічної продукції на внутрішньому ринку країни. Визначено, що на першому місці знаходиться молочна продукція, на другому – круп'яні і зернові вироби, борошно, насіння, овочі та фрукти посідають третє місце за рівнем продажів вітчизняних органічних продуктів в Україні. Оскільки країна все більше задіяна й на міжнародному ринку, у статті показано основні країни – експортери органічної продукції.

Ключові слова: конкуренція, органічна продукція, конкурентоспроможність, органічний ринок, експорт.

Changes that are happening in competition conditions require of enterprises new approaches to production, as consumers' needs are high quality products, which led to the article to consider the basic principles of production of competitive organic products. It is because of receiving high-quality products the consumer prefers a certain producer. The aim of the article was to identify the main trends in the development of the organic market of the country. Analyze the domestic market of Ukraine, as well as study the dynamics of exports of certified organic products from Ukraine. In the conditions of intensification of competition the role of organic production for maintenance of sustainable development of territories grows; increasing the competitiveness of enterprises; efficient use of land, material and labor resources; increasing the level of healthy nutrition of the population; achieving social and environmental development of society. In addition, the definitions of "competitive capacity" and "organic production" of different scientists were considered in the article. The development of organic production and its relationship with competition was considered. Thus, the introduction of organic production is one of the conditions for increasing the competitive capacity of the enterprise, both in domestic and international market. For further analysis of the production of organic products, the article determined the place of Ukraine in the rating of international competition using the Global Competitiveness Index. The organic market of the country was analyzed, namely: the number of operators of organic production, the size of the area of agricultural land for organic purposes, the volume of sales of basic organic products in the domestic market. It was determined that dairy products take first place, cereals and grains, flour, seeds take second place, vegetables and fruits take third place in terms of sales of domestic organic products in Ukraine. As developing the domestic market of organic products, the country is increasingly involved in the international market, entering the world leaders in terms of area of agricultural land used for its growing, increasing offered products range and geography of deliveries, the article shows the main exporting countries of organic products.

Key words: competition, organic products, competitive capacity, organic market, export.

УДК 330.339.13

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct63-3>

Калюжна Ю.П.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Полтавський державний аграрний
університет

Кошова Л.М.

асистент кафедри маркетингу
Полтавський державний аграрний
університет

Kalyuzhna Yuliia

Poltava State Agrarian University

Koshova Larusa

Poltava State Agrarian University

Постановка проблеми. Сьогодні відбуваються зміни умов у конкурентній боротьбі, які вимагають від підприємств застосовувати нові підходи до виробництва та реалізації продукції як на внутрішні, так і на зовнішні ринки. Така зміна пов'язана з потребами споживачів у продуктах харчування високої якості, що зумовлює підприємств зосередити увагу на виробництві органічної продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі немає однозначного визначення понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність». Загалом слово «конкуренція» походить від лат. *concurrentia* та означає змагання або зіткнення.

Автори по-різному трактують поняття «конкурентоспроможність». Так, Л. Шваб указує, що «конкурентоспроможність є властивістю певного об'єкта господарювання задовольняти конкретні потреби споживачів порівняно з іншими об'єктами даного ринку» [1, с. 115].

О. Олійник зазначає, що «конкурентоспроможність підприємства можна охарактеризувати як

можливість тривалий час займати домінуючі позиції в певній галузі завдяки розробленій ефективній стратегії та при цьому отримувати постійний прибуток для подальшого вдосконалення виробництва продукції» [2, с. 137].

Науковці В. Бугас, С. Невмержицька, Н. Бугас уважають конкурентоспроможність спроможністю підприємства витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними підприємствами в умовах конкурентного середовища [3, с. 34].

Отже, головним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин між підприємствами, є конкуренція та її похідні.

На конкуренцію мають вплив багато чинників, наприклад якість продукції, яку виробляє підприємство та реалізує її на ринки.

Саме виробництво органічної продукції сьогодні набуває актуальності у напрямі наукової і практичної діяльності. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» виробництво органічної

продукції визначає як виробничу діяльність фізичних або юридичних осіб (у тому числі з вирощування та переробки), у процесі якої виключається застосування хімічних добрив, пестицидів, генетично модифікованих організмів (ГМО), консервантів тощо та на всіх етапах виробництва (вирощування, переробки) [4].

Н. Фещенко вважає, що органічне сільське господарство – виробнича система, управління якою здійснюється на основі максимальної адаптації до локальних агрокліматичних умов, збереження внутрішньої екологічної рівноваги, підтримки балансу з оточуючими екологічними системами, збереження культурно-історичних традицій та обліку соціально-демографічної ситуації, характерної для навколишніх сільських територій [5, с. 143]

На думку Н. Стоволос, «органічне сільське господарство є практичною реалізацією у сфері аграрного виробництва загальної концепції сталого розвитку та задовольняє потреби споживача в умовах сьогодення, при цьому не ставлячи під загрозу здатність у майбутньому задовольняти певні потреби» [6].

Президент та виконавчий директор Федерації органічного руху України Є. Мілованов та А.В. Коняшин зазначають, що «органічне сільське господарство позиціонується як один із ключових напрямів підвищення рівня екологічності, економічної доцільності, соціальної справедливості в агропромисловому комплексі й є найбільш прогресивним та інноваційним шляхом покращення взаємодії екологічних, економічних та соціальних чинників розвитку суспільства та природи» [7, с. 63].

Водночас В. Сучкова зазначає, що «українська органічна продукція потенційно має вищу конкурентоспроможність, оскільки її мінімальна ціна є нижчою за мінімальну ціну органічної продукції європейських країн» [8, с. 110].

Отже, зрозуміло, коли йдеться про конкуренцію, все-таки мається на увазі унікальність та особливість продукції, яка виробляється за рахунок чогось нового. Саме через отримання високоякісної продукції споживач надає перевагу певному виробнику. Тому запровадження виробництва органічної продукції є однією з умов підвищення конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення основних тенденцій розвитку органічного ринку країни, аналіз українського внутрішнього ринку виробництва, а також дослідження динаміки експорту сертифікованої органічної продукції з України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Запровадження методів органічного вирощування розпочалося у 1976 р., коли С.С. Антоненко започаткував застосування поверхневої обробки ґрунту, відмовившись від використання

мінеральних добрив, гербіцидів та інших хімічних засобів захисту рослин на своєму господарстві у Полтавській області, у результаті чого ПП «Агроекологія» впродовж наступних років слугувало прикладом для демонстрації природоохоронної діяльності в Україні [9]. Проте фактичний розвиток органічного сектору в Україні розпочався в 1990-х роках, коли попит на органічну аграрну продукцію почав зростати у Європі.

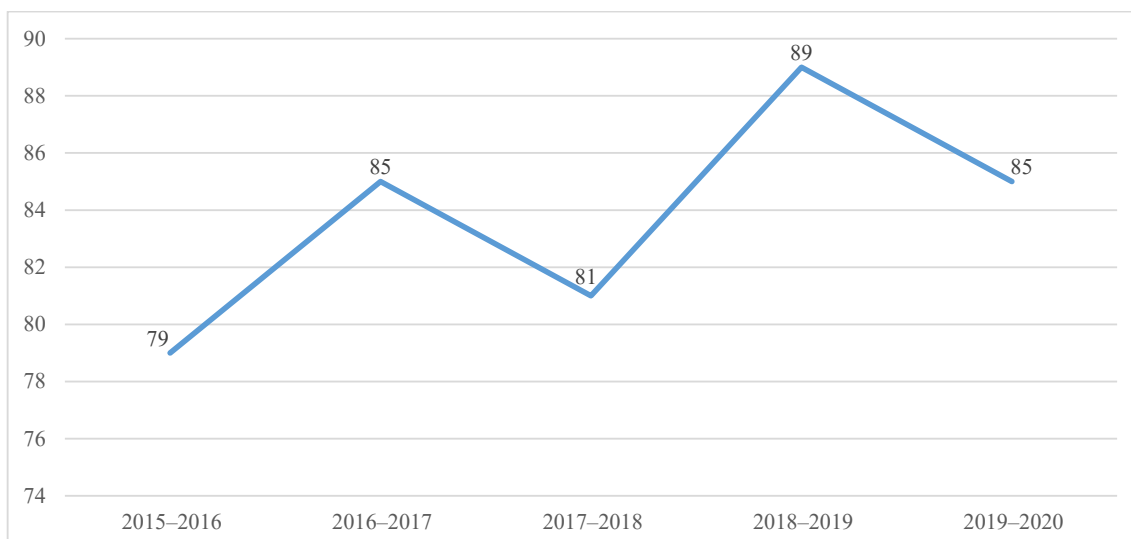
В умовах посиленої конкуренції підвищується роль органічного виробництва для забезпечення сталого розвитку територій; підвищення конкурентоспроможності підприємств; ефективного використання земель, матеріальних та трудових ресурсів; підвищення рівня здорового харчування населення; досягнення соціального та екологічного розвитку суспільства.

З огляду на сучасні умови макроекономічного стану, а саме бізнес-середовища, необхідно постійно слідкувати за місцем нашої країни в міжнародних рейтингах та здійснювати комплексну оцінку, оскільки відповідні рейтингові місця є індикаторами її розвитку. Отже, визначальним показником ефективності здійснення економічної політики держави є її місце у глобальних рейтингах. Загалом виділяють близько десяти міжнародних індексів, але найбільш поширеним є індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) (рис. 1).

За обсягом внутрішнього ринку Україна у 2020 рр. займала 47-е місце, а за інфраструктурою – 57-е місце. А динаміка глобального індексу конкурентоспроможності показала, що позиція України коливається через кризові ситуації.

Отже, можна погодитися з думкою Ю. Кирилова, що «органічне виробництво можна вважати альтернативою конкуренції, яка зможе забезпечити конкурентні переваги вітчизняних агровиробників у конкурентних умовах за рахунок підвищення продовольчої безпеки країни та зміцнити її експортний потенціал за рахунок розширення ринків збуту» [11].

Офіційні статистичні огляди IFOAM та дослідження органічного ринку, яке проведено «Органік Стандарт» у партнерстві з OrgaInfo за підтримки Швейцарії в рамках швейцарсько-української програми «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України», що впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства у партнерстві із SAFOSO, що якщо в 2002 р. в Україні було зареєстровано 31 господарство, що отримало статус органічного, то в 2020 р. нараховувалося вже 419 органічних господарств, а загальна площа сільськогосподарських угідь, на яких ведеться органічне виробництво, становила 462 тис га [12]. Проведемо огляд органічного ринку України за наявністю площ сільськогосподарських земель, зайнятих під органічне виробництво (табл. 1).


Рис. 1. Місце України у міжнародних рейтингах, 2015–2020 рр.
Джерело: [10]
**Таблиця 1
Динаміка зміни площі сільськогосподарських земель, зайнятих під органічне виробництво, та сертифікованих органічних господарств в Україні, 2015–2020 рр.**

Роки	Кількість органічних господарств	Площа сільськогосподарських земель, зайнятих під органічне виробництво
2015	210	410550
2016	360	411200
2017	375	420000
2018	510	429100
2019	470	467980
2020	419	462000

Джерело: побудовано за [12]

Зазначимо, що кількість підприємств, які працюють в органічному секторі, нині в Україні становить 549 органічних операторів, які займаються експортом чи імпортом, із них 419 виробників. Більшість українських органічних господарств розташовано в Київській, Одеській, Херсонській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Житомирській областях. Якщо порівнювати, то в Європі близько 430,8 тис виробників органічної продукції (343,6 тис із них – у ЄС). Найбільшими за кількістю виробників країнами вважаються Італія, Франція, Іспанія, Німеччина та Греція.

Проте спеціалізація органічних підприємств більш орієнтована на вирощування плодоовочевої та ягідної продукції. За даними швейцарсько-українського дослідження, які озвучила провідний фахівець із сертифікації ТОВ «Органік Стандарт» Олена Манзюк, «обсяги реалізації органічних овочів до кінцевого споживача на внутрішньому ринку України у 2020 р. становили 420 тис т, що на 290 т перевищує показник 2019 р. у 130 т».

Відповідно даних табл. 2, у грошовому еквіваленті збут органічних овочів за підсумками 2020 р. становив 15 млн грн; у 2019 р. – 13 млн грн; у 2018 р. – 10 млн грн.

**Таблиця 2
Обсяги реалізованої української органічної продукції на внутрішньому ринку України, 2020 р.**

Продукція	Обсяг реалізації, т	Сума від реалізації, млн грн
Молочна продукція	5052	420
Круп'яні і макаронні вироби, борошно, насіння	1420	125
Овочі та фрукти	660	25
Яйця	220	25
Соки, напої, пасти	140	10
М'ясна продукція	115	40
Прянощі, спеції, цукор	85	20
Олія в асортименті	69	15
Морозиво	20	9
Інша продукція	40	20

Джерело: побудовано за [13]

При цьому за рівнем продажів вітчизняних органічних продуктів в Україні перше місце займає молочна продукція, реалізація якої збільшилася у 2020 р. до 5 085 т проти 4 640 т у 2019 р.; друге місце – круп'яні і зернові вироби, борошно, насіння (1 420 т проти 1 240 т у 2019 р.); третє місце посідають овочі та фрукти [13].

Сьогодні ринок органічної продукції в Україні динамічно розвивається не лише на внутрішньому органічному, а все більше заявляє про себе й на міжнародному ринку органічної продукції (рис. 2).

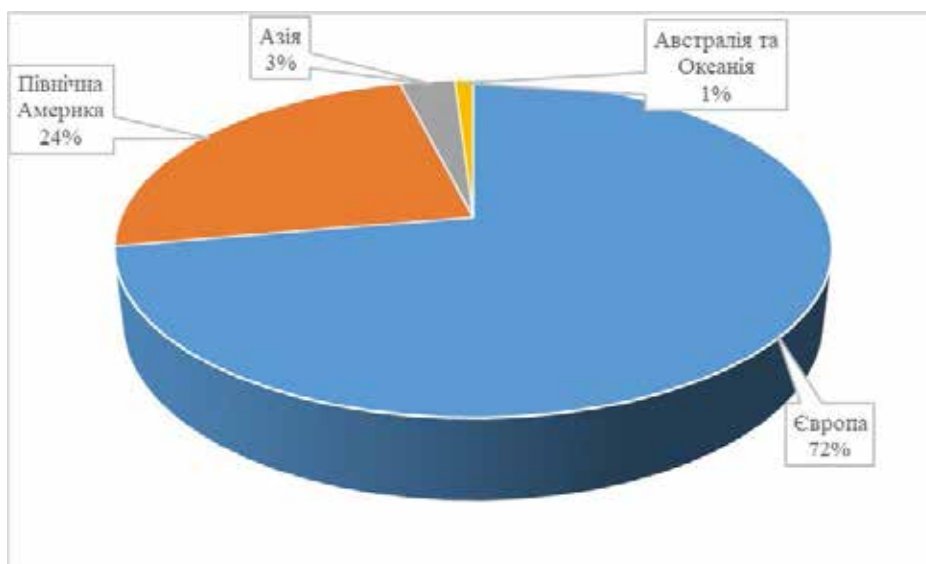


Рис. 2. Експорт органічної продукції з України, 2020 р.

Джерело: побудовано за [14]

За проаналізованими даними експорт української органічної продукції у 2020 р. становив приблизно 204 млн дол. США, де 73,0% експорту припадало на Європу, а 24,0% – на Північну Америку. Загалом у 2020 р. Україна посіла 4-е місце зі 124 країн за обсягами органічної продукції, яку український бізнес поставляв до ЄС [14].

Серед органічної продукції Україна експортує до ЄС зернові, олійні, ягоди, гриби, горіхи, фрукти, березовий сік тощо.

Отже, зростаючий попит європейських споживачів на українську органічну продукцію свідчить про її якість та конкурентоспроможність.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз органічного ринку України показує, що для подальшого пошуку нових ринків для збуту органічної продукції підприємствам України потрібно:

- по-перше, створювати альянси. Так, Громадська спілка виробників органічних сертифікованих продуктів «Органічна Україна» за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» у партнерстві з Державною установою «Офіс з просування експорту України» створила перший в Україні органічний експортний альянс для спільного пошуку нового ринку продажів зернової продукції з доданою вартістю – Organic Ukraine Business Hub CEREALS, головною метою якого є збільшення прибутків компаній-учасниць та сприяння їхній конкурентоспроможності;

- по-друге, не менш важливим напрямом удосконалення конкурентної політики на ринку органічних продуктів є просування української органічної продукції за кордоном через представництво на міжнародних виставках;

- по-третє, залучитися підтримкою держави, яка повинна базуватися на прозорості, прогнозованості та справедливості та вимогах ЄС.

Основним законодавчим документом регулювання органічного виробництва та адаптації до правових норм ЄС є Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» від 02.08.2018. Документ покликаний підвищити конкурентоспроможність вітчизняної органічної продукції, розширити зовнішні ринки її збуту і захистити виробників від недобросовісної конкуренції.

Отже, подальший розвиток виробництва органічної продукції є важливим та перспективним не лише для вітчизняних агровиробників, а й для споживачів, особливо в контексті забезпечення продовольчої безпеки держави загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шваб Л.І. Економіка підприємства : навчальний посібник ; вид. 2-е. Київ : Каравела, 2005. 568 с.
2. Олійник О.С. Тенденції конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2018. № 10. С. 135–139. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua> (дата звернення: 15.01.2022).
3. Бугас В.В., Невмержицька С.М., Бугас Н.Р. Економічна сутність конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства. *Modern Economics*. 2018. № 11. С. 34–37. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua> (дата звернення: 15.01.2022).
4. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини : Закон України від 03.09.2013 № 425-VII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/425-18> (дата звернення: 05.01.2022).
5. Фещенко Н.М. Проблемні моменти ринку органічної сільськогосподарської продукції. *Інноваційна економіка*. 2013. № 7(45). С. 141–150.
6. Стоволос Н.Б. Формування і реалізація стратегії розвитку органічного виробництва АПК. *Ефективна економіка*. 2015. № 3.

URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3913> (дата звернення: 05.10.2022).

7. Милованов Е.В., Коняшин А.В. Органический рынок Украины: современное состояние и перспективы. *Проблемы агрорынка*. 2019. Январь-март. С. 63–70.

8. Сучкова В.М. Методичні підходи до обґрунтування ціни пропозиції на органічну продукцію. *Економіка АПК*. 2009. № 5. С. 110–15.

9. Офіційний сайт ПП «Агроєкологія». URL: <http://www.agroecology.in.ua/company> (дата звернення: 16.01.2022).

10. Україна опустилася на 85-е місце в щорічному рейтингу конкурентоспроможності WEF. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/617843.html> (дата звернення: 18.01.2022).

11. Кирилов Ю.Є. Концептуальні засади конкурентоспроможного розвитку сільського господарства України в контексті посилення глобалізаційних процесів. *Формування ринкової економіки*. 2011. Ч. 1. С. 203–211.

12. Експорт органічної продукції з України в 2020 році – понад 200 мільйонів доларів США. URL: <https://organicinfo.ua/news/ukrainian-organic-export-2020/> (дата звернення: 21.01.2022).

13. У 2020 році продажі в Україні органічних овочів зросли втричі. URL: <https://agrotimes.ua/ovochi-sad/u-2020-roczii-prodazhi-v-ukrayini-organichnyh-ovochiv-zrosly-vtrychi> (дата звернення: 20.01.2022).

14. В Україні динамічно розвивається ринок органічної продукції. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/?p=101381> (дата звернення: 20.01.2022).

15. «Арніка» відкрила торгове представництво в Північній Америці. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/arnika-vidkrila-torgove-predstavnictvo-v-pivnicnij-americi> (дата звернення: 20.01.2022).

REFERENCES:

1. Shvab L.I. (2005) *Ekonomika pidpriemstva* [Business Economics]. Vyd. 2-he. Kyiv: Karavela, 568 p. (in Russian)

2. Oliinyk O.S. (2018) Tendentsii konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Trends in the competitiveness of the enterprise]. *Elektrone fakhove vydannia z ekonomichnykh nauk «Modern Economics»* [Electronic professional publication on economic sciences «Modern Economics»], no. 10, pp. 135–139. Available at: <https://modecon.mnau.edu.ua> (accessed 15 January 2022).

3. Buhas V.V., Nevmerzhytska S.M., Buhas N.R. (2018) Ekonomichna сутnist konkurentospromozhnosti ta konkurentnykh perevah pidpriemstva [The economic essence of competitiveness and competitive advantages of the enterprise]. *Elektrone fakhove vydannia z ekonomichnykh nauk «Modern Economics»* [Electronic professional publication on economic sciences

«Modern Economics»], no. 11, pp. 34–37. Available at: <https://modecon.mnau.edu.ua> (accessed 15 January 2022).

4. Pro vyrobnytstvo ta obih orhanichnoi silskohospodarskoi produktsii ta syrovyny: Zakon Ukrainy vid 03.09.2013 no. 425-VII Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/425-18> (accessed 05 January 2022).

5. Feshchenko N.M. (2013) Problemni momenty rynku orhanichnoi silskohospodarskoi produktsii. [Problematic moments of the market of organic agricultural products]. *Innovatsiina ekonomika*. no. 7(45), pp. 141–150.

6. Stovolos N.B. (2015) Formuvannia i realizatsiia stratehii rozvytku orhanichnoho vyrobnytstva APK. [Formation and implementation of the strategy of development of organic production of agro-industrial complex]. *Efektivna ekonomika*, no. 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3913> (accessed 05 October 2022).

7. Milovanov E.V., Koniashyn A.V. (2019) Orhanycheskyi runok Ukrainy: sovremennoe sostoianye y perspekyve [Organic market of Ukraine: current state and prospects]. *Problemy ahrorynka*. Yanvar-mart, pp. 63–70.

8. Suchkova V.M. (2009) Metodychni pidkhody do obgruntuvannia tsyny propozytzii na orhanichnu produktsiiu. [Methodical approaches to substantiation of the offer price for organic products]. *Ekonomika APK*, no. 5, pp. 110–15.

9. Ofitsiynyi sait PP «Ahroekonoliiia». Available at: <http://www.agroecology.in.ua/company> (accessed 16 January 2022).

10. Ukraina opustylasia na 85-te mistse v shchorichnomu reitynhu konkurentospromozhnosti WEF. Available at: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/617843.html> (accessed 18 January 2022).

11. Kyrylov Yu.Ye. (2011) Kontseptualni zasady konkurentospromozhnogo rozvytku silskoho hospodarstva Ukrainy v konteksti posylennia hlobalizatsiinykh protsesiv [Conceptual principles of competitive development of agriculture of Ukraine in the context of strengthening globalization processes]. *Formuvannia rynkovoї ekonomiky: zb. nauk. pr. Spets. Vol.: u 2 ch. Orhanizatsiino pravovi formy ahropromyslovykh formuvan: stan, perspekyty ta vplyv na rozvytok silskykh terytorii*. Kyiv: KNEU, ch. 1, pp. 203–211.

12. Експорт органічної продукції з України в 2020 році – понад 200 мільйонів доларів США. Available at: <https://organicinfo.ua/news/ukrainian-organic-export-2020/> (accessed 21 January 2022).

13. У 2020 році продажі в Україні органічних овочів зросли втричі. Available at: <https://agrotimes.ua/ovochi-sad/u-2020-roczii-prodazhi-v-ukrayini-organichnyh-ovochiv-zrosly-vtrychi> (accessed 20 January 2022).

14. В Україні динамічно розвивається ринок органічної продукції. Available at <https://www.adm-km.gov.ua/?p=101381> (accessed 20 January 2022).

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Трусова Н.В., Краснодєд Т.Л. ЗАСТОСУВАННЯ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ.....	3
---	---

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Антохов А.А., Клевчїк Л.Л., Лустє О.О. МЕХАНІЗМИ ПЕРЕХОДУ ДО ІННОВАЦІЙНОГО ТИПУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ.....	10
Калюжна Ю.П., Кошова Л.М. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИСОКОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	16
Маковецька І.М. КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КЕРІВНИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	21
Максімова М.В., Сукуршева Г.О. ПОНЯТТЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ЙОГО ПРОГНОЗУВАННЯ.....	26
Shaposhnykov Kostiantyn STATE REGULATION OF THE NATIONAL ECONOMY: WORLD EXPERIENCE AGAINST CORRUPTION	31

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бірбіренко С.С. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	35
Бурачек І.В., Верстова В.Я., Ярмолук Д.І. СТВОРЕННЯ БРЕНДУ НА ОСНОВІ АРХЕТИПІВ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	41
Захарчин Г.М., Захарчин Н.Р. ЗНАННЯ ТА ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОБ'ЄКТИ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	48
Кім О.О., Шумило О.С., Євтушенко В.А. МАРКЕТИНГОВА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БІЗНЕСУ: ДИЗАЙН ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР, УРАХУВАННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ.....	53
Копилук О.І., Музичка О.М., Рутар Р.І. КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	57
Косар Н.С., Кузьо Н.Є., Сворень О.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ НА РИНКУ КАВИ УКРАЇНИ.....	62
Красностанова Н.Є., Рогожкіна М.І. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТА МАЛІ І СЕРЕДНІ ПІДПРИЄМСТВА.....	68
Левіщенко О.С., Комчатних О.В., Амеліна Н.К. ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛІ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ.....	72
Пащенко О.П., Виговський В.Г., Завалій Т.О. ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ ЯК ФУНДАМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	77
Поліщук О.Б. АДАПТАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНО-ОРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	82
Ткачук Г.Ю., Виговський В.Г., Ренчковська В.Л. РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	88
Чернишова Т.М., Валінкевич Н.В., Мутасова С.А. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	93

Шашовець Й.П. УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	99
Шульженко І.В., Маслак І.А., Павлюченко О.Р. УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІВНИКІВ ЯК НАПРЯМ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	104
РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Степаненко С.В., Сакало О.Є., Непокупна Т.А. МУНІЦИПАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ГРОМАД.....	108
РОЗДІЛ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Грідін О.В. ФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СУЧАСНІЙ ПАРАДИГМІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	117
Дядик Т.В., Загребельна І.Л., Касян К.А. ВПЛИВ СУЧАСНОЇ ОСВІТИ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ОСОБИСТОСТІ – ФАХІВЦЯ.....	124
Лисак В.Ю., Семендяк В.М. АНАЛІЗ ТЕОРІЙ ЩОДО СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ ТА ПРИЧИНИ ЇХ ВИНИКНЕННЯ У ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	130
Пороскун С.С. МАРКЕТИНГ МІСТА У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТЕРИТОРІЄЮ.....	135
РОЗДІЛ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Дончак Л.Г., Шкварук Д.Г., Чорна З.Ф. МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	141
Черкасова С.В., Білий Р.М. ІНСТИТУЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НЕБАНКІВСЬКОГО ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ УДОСКОНАЛЕННЯ ЙОГО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ.....	146
РОЗДІЛ 7. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Власова О.Є. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК СУЧАСНА ОБЛІКОВА ПАРАДИГМА БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ.....	152
Колісник Г.М., Гелей Л.О., Шуліко А.О. УПРАВЛІНСЬКИЙ АУДИТ ЯК ВИД НАДАННЯ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ.....	158
Мельник Т.Г., Ледіна А.В. ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДОВГОСТРОКОВИМИ ЗОБОВ'ЯЗАННЯМИ ПІДПРИЄМСТВ.....	165
Осмятченко В.О., Савченко П.О. УДОСКОНАЛЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ І СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	173

CONTENTS

SECTION 1. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Trusova Natalia, Krasnoded Tetiana APPLICATION OF CLUSTER ANALYSIS IN THE TOURISM INDUSTRY OF THE EUROPEAN SPACE.....	3
--	----------

SECTION 2. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Antokhov Andriy, Klevchik Leonid, Luste Olena THE MECHANISMS OF TRANSITION TO THE INNOVATIVE TYPE OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION.....	10
Kalyuzhna Yuliia, Koshova Larysa ENSURING HIGHLY COMPETITIVE CAPACITY OF THE ENTERPRISE IN THE PRODUCTION OF ORGANIC PRODUCTS.....	16
Makovetska Iryna COMMUNICATION POTENTIAL OF THE MANAGER AT THE ENTERPRISE USING THE LATEST TECHNOLOGIES.....	21
Maksimova Maryna, Sukursheva Hanna THE CONCEPT OF REGIONAL ANTI-CRISIS MANAGEMENT AND THE NECESSITY OF ITS FORECASTING.....	26
Shaposhnykov Kostiantyn STATE REGULATION OF THE NATIONAL ECONOMY: WORLD EXPERIENCE AGAINST CORRUPTION	31

SECTION 3. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Birbirenko Svitlana THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF FORMATION OF THE MECHANISM OF ENSURING ECONOMIC SUSTAINABILITY OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISE.....	35
Burachek Igor, Verstova Vita, Yarmolyk Dina CREATING A BRAND BASED ON ARCHETYPES IN ENTERPRISE MANAGEMENT.....	41
Zakharchyn Halyna, Zakharchyn Nadiia KNOWLEDGE AND EMOTIONAL INTELLIGENCE AS THE OBJECTS OF ADMINISTRATION IN THE MANAGEMENT SYSTEM.....	48
Kim Oleksii, Shumilo Olga, Yevtushenko Viktoriia MARKETING BUSINESS COMPETITIVENESS MANAGEMENT SYSTEM: ENTREPRENEURSHIP STRUCTURES DESIGN, IMPACT OF MODERN MACROECONOMIC AND GLOBAL PROBLEMS.....	53
Kopylyuk Oksana, Muzychka Oleksandra, Rutar Roman COMPLEX ASSESSMENT OF THE LEVEL OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE.....	57
Kosar Nataliia, Kuzo Nataliia, Svoren Olena RESEARCH OF THE INDUSTRY STRUCTURE IN THE COFFEE MARKET OF UKRAINE.....	62
Krasnostanova Nataliia, Rohozhkina Maryna BUSINESS PLANNING AND SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES.....	68
Levishchenko Olena, Komchatnykh Olena, Amelina Nataliia TRANSFORMATION OF THE CONSULTING SERVICES MODEL.....	72
Pashchenko Olha, Vyhovskyi Volodymyr, Zavalii Tetyana THE APPLICATION OF MODERN MARKETING TOOLS AS A FOUNDATION TO INCREASE THE MANAGEMENT EFFICIENCY OF THE ORGANIZATIONS.....	77
Polischuk Olesia ADAPTATION POTENTIAL AS THE BASIS OF FORMATION OF ADAPTIVE-ORIENTED MANAGEMENT SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE.....	82
Tkachuk Hanna, Vyhovskyj Volodymyr, Renchkovskaya Victoria RISK MANAGEMENT IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM.....	88

Chernyshova Taisiia, Valinkevych Nataliia, Mutasova Snizhana ACTIVITY ANALYSIS OF TOURISM SUBJECTS IN ZHYTOMYR REGION.....	93
Shashovec Yolana IMPROVING APPROACHES TO EVALUATION OF EFFICIENCY OF ENTERPRISE STAFF IN MODERN CONDITIONS.....	99
Shulzhenko Iryna, Maslak Iryna, Pavluchenko Oleksii MANAGEMENT OF EMPLOYEE MOTIVATION AS A DIRECTION OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ENTERPRISE.....	104
SECTION 4. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Stepanenko Sergii, Sakalo Oleksandr, Nepokupna Tetiana MUNICIPAL MARKETING AS A TOOL FOR COMMUNITY DEVELOPMENT.....	108
SECTION 5. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Hridin Oleksandr FORMATION OF THE NATIONAL PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM IN THE MODERN PARADIGM OF NATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT.....	117
Diadyk Tetyana, Zagrebelna Iryna, Kasyan Katerina INFLUENCE OF MODERN EDUCATION ON THE FORMATION A COMPETITIVE PERSON – SPECIALIST.....	124
Lysak Volodimir, Semendjak Vadym ANALYSIS OF THEORIES ABOUT SOCIAL AND LABOR CONFLICTS AND THE CAUSES OF THEIR OCCURRENCE IN THE PRACTICE OF PERSONNEL MANAGEMENT.....	130
Poroskun Sergey CITY MARKETING IN THE SYSTEM OF STRATEGIC TERRITORIAL MANAGEMENT.....	135
SECTION 6. MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Donchak Lesia, Shkvaruk Dina, Chorna Zoia MECHANISM OF FINANCIAL PROVISION OF PRODUCT QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AT THE ENTERPRISE.....	141
Cherkasova Svitlana, Bilyy Roman INSTITUTIONAL DEVELOPMENT OF THE NON-BANKING FINANCIAL SECTOR IN THE CONDITIONS OF IMPROVING ITS STATE REGULATION.....	146
SECTION 7. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Vlasova Olena MANAGEMENT ACCOUNTING AS A MODERN ACCOUNTING PARADIGM OF BUDGET INSTITUTIONS.....	152
Kolisnyk Halyna, Geley Liudmyla, Shuliko Andrii MANAGEMENT AUDIT AS A TYPE OF PROVISION OF CONSULTING SERVICES.....	158
Melnik Tatiana, Ledina Anna FORM OF SECURITY OF MANAGEMENT OF LONG-TERM DIMENSIONS OF BUSINESS ENTERPRISES.....	165
Osmyatchenko Volodymyr, Savchenko Polina IMPROVEMENT OF LABOR TAXATION AND SOCIAL INSURANCE IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS.....	173

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 63

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Засновник видання:

ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»

Адреса редакції: вул. Інглєзі 6/1, оф. 135,
м. Одеса, Україна, 65101

Телефон: +38 (093) 253-57-15

Веб-сайт журналу: www.market-infr.od.ua

E-mail редакції: journal@market-infr.od.ua