

Гончаренко Н.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри екологічного менеджменту та підприємництва
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЧНОГО РОСЛИННИЦТВА В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

В умовах активного розвитку міжнародних ринків органічної продукції перспективним напрямом нарощування експортного потенціалу вітчизняного аграрного сектору є стимулювання розвитку органічного рослинництва. У статті обґрунтовано актуальність кластеризації як інструменту підвищення конкурентоспроможності великотоварних і дрібних виробників органічної продукції рослинництва в умовах міжнародної конкуренції. Розкрито тенденції розвитку міжнародного економічного середовища, що впливають на реалізацію експортного потенціалу органічного рослинництва в Україні. Визначено переваги кластерної форми об'єднання для підвищення конкурентоспроможності виробників органічної продукції рослинництва в умовах міжнародної конкуренції.

Ключові слова: органічне рослинництво, кластер, органічна сільськогосподарська продукція, експорт органічної продукції, виробництво та обіг органічної продукції, органічне сільське господарство.

В условиях активного развития международных рынков органической продукции перспективным направлением наращивания экспортного потенциала отечественного аграрного сектора является стимулирование развития органического растениеводства. В статье обоснована актуальность кластеризации как инструмента повышения конкурентоспособности крупнотоварных и мелких производителей органической продукции растениеводства в условиях международной конкуренции. Раскрыты тенденции развития международной экономической среды, влияющие на реализацию экспортного потенциала органического растениеводства в Украине. Определены преимущества кластерной формы объединения для повышения конкурентоспособности производителей органической продукции растениеводства в условиях международной конкуренции.

Ключевые слова: органическое растениеводство, кластер, органическая сельскохозяйственная продукция, экспорт органической продукции, производство и оборот органической продукции, органическое сельское хозяйство.

In the context of the active development of international markets for organic products, a promising direction for increasing the export potential of the domestic agricultural sector is stimulating the development of organic crop production. The relevance of clustering as a tool to improve the competitiveness of large-scale and small producers of organic crop production in an internationally competitive environment was substantiated in the article. The tendencies of development of the international economic environment, affecting the realization of the export potential of organic plant growing in Ukraine, were revealed. The advantages of a cluster form of association for improving the competitiveness of producers of organic crop production in conditions of international competition were determined.

Keywords: organic crop production, cluster, organic agricultural products, export of organic products, production and turnover of organic products, organic agriculture.

Постановка проблеми. Завдяки активізації товаровиробників щодо проходження сертифікації на відповідність вимогам законодавства у сфері органічного виробництва, обігу і маркування органічної продукції, зниженню торгових бар'єрів, а також реалізації низки

стимулюючих заходів державного регулювання протягом останніх років має місце стійкий тренд зростання експорту органічної продукції рослинництва. За даними вітчизняного органу сертифікації «Органік стандарт», у 2016 р. обсяг експортованої з України органічної продукції

становив близько 300 тис. тон на суму понад 65 млн. доларів США, що на 25% більше, ніж у 2015 р. [1]. Експорт зернових і гороху у 2017 р. становив 170 тис. т, що на 20 тис. т (або на 11,8%) більше, ніж у 2016 р., і на 80 тис. т (або на 52,9%) більше, ніж у 2015 р. [2]. Нарощування експорту органічної продукції рослинництва для аграрних підприємств є перспективним напрямом диференціації ринків збуту продукції, а також джерелом отримання доходу і формування валютної виручки, збільшення частки продукції з високою доданою вартістю.

Водночас недостатньо розвинена транспортно-логістична інфраструктура, відсутність складських приміщень для зберігання продукції, недосконала система сертифікації створюють додаткові перешкоди для нарощування обсягів експорту, знижують конкурентоспроможність вітчизняних виробників на міжнародних ринках. Таким чином, актуальною вимогою часу є обґрунтування і впровадження ефективних інструментів підвищення конкурентоспроможності виробників органічної продукції рослинництва в умовах посилення міжнародної конкуренції, зокрема створення й забезпечення розвитку кластерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Організаційно-економічні засади розвитку органічного сільського господарства вивчали провідні вітчизняні і зарубіжні вчені. Зокрема, В.Г. Грановська, А.П. Бурляй, Ю.П. Воскобійник, Є.В. Гаваза, С.В. Мамалига, А.С. Гловюк, Ю.В. Славгородська аналізували стан і тенденції розвитку міжнародного і національного ринків органічної продукції як визначального фактора стимулювання підприємницької діяльності з виробництва екологічно безпечної продукції [3–7]. Н.М. Фещенко досліджувала проблеми становлення й розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції в Україні [8].

Численні наукові праці присвячені удосконаленню нормативно-правового й адміністративного регулювання виробництва, обігу і маркування органічної продукції. Ці питання, зокрема, стали предметом досліджень Н.Я. Кутаренко, В. Кайдашова та інших [9–10].

Важливе науково-практичне значення мають запропоновані ученими механізми економіко-ринкового стимулювання органічного виробництва. О.І. Шкуратов, В.А. Чудовська, А.В. Вдовиченко обґрунтували напрями формування системи еколого-економічних імперативів розвитку органічного сільського господарства [11]. Учені наголошують на важливості розвитку

інституціонального середовища органічного сільського господарства, що включає торговельно-збутову мережу, порядок ціноутворення, механізми страхування ризиків та ін. Проте поза увагою авторів залишились питання практичного розвитку вказаних інструментів в умовах функціонування дрібнотоварного органічного рослинництва.

Х.І. Штрихун, Г.М. Шпак, І.Б. Чичкало-Кондрацька, І.В. Новицька досліджували маркетингові інструменти стимулювання реалізації органічної продукції на національному і міжнародних ринках [12–15]. Учені відзначають, що для збільшення довіри зарубіжних споживачів до органічних продуктів українські виробники повинні створювати чітко продуманий логотип, який вдало застосовуватиметься не лише на упакуванні, а й у рекламних кампаніях через українські фільми, відеоролики та Інтернет-мережі; проводити відкриті заходи з частуванням та наданням інформації про виробництво, сертифікацію та їхню торгову марку [12–15]. Погоджуючись з актуальністю запропонованих заходів, слід наголосити на складності їх практичної реалізації через відсутність у аграрних підприємств вільних оборотних коштів і слабкий розвиток ринкової інфраструктури.

Перспективним напрямом вирішення вказаних вище проблем, а також посилення конкурентоспроможності вітчизняних виробників є створення кластерів з виробництва та реалізації органічної продукції рослинництва.

Мета статті – обґрунтування актуальності формування кластерів із виробництва та реалізації органічної продукції рослинництва як інструменту посилення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників в умовах міжнародної конкуренції.

Виклад основного матеріалу. Протягом останнього десятиріччя ємність міжнародних ринків органічних продуктів стабільно зростає. Цьому сприяють популяризація принципів здорового харчування, розширення асортименту готової продукції, формування й удосконалення міжнародної торгової інфраструктури і логістичних ланцюгів. У 2016 р. ємність глобального ринку органічних продуктів харчування становила 84 698 млн євро. При цьому найбільші ринки органічних продуктів харчування були в Сполучених Штатах Америки, Німеччині і Франції (табл. 1).

У Європі у 2016 р. порівняно з 2015 р. роздрібна торгівля органічними продуктами хар-

Таблиця 1
**Ємність найбільших ринків
 органічних продуктів харчування
 у країнах світу, 2016 р., млн. євро**

Країна	Ємність ринку
Сполучені Штати Америки	38938
Німеччина	9478
Франція	6786
Китай	5900
Канада	3002
Італія	2644
Великобританія	2460
Швейцарія	2298
Швеція	1944
Іспанія	1686

Джерело: [16]

чування зросла на 11% і становила 33,5 бильйонів євро. В Україні внутрішнє споживання органічної продукції теж зростає. Протягом 2015–2016 рр. місткість ринку органічних продуктів харчування зросла на 17% і становила 20 млн євро.

Зростання внутрішнього й зовнішнього платоспроможного попиту створює сприятливі умови для активізації підприємницької діяльності щодо вирощування й переробки органічної продукції рослинництва в Україні, її експорту в зарубіжні країни. Ще у 2016 р. під час проведення аналізу тенденцій світового розвитку органічного сільського господарства відзначено суттєве зростання ролі України як регіонального постачальника органічної сировини й готової продукції на західні ринки [16]. Головними експортними товарами з України визнано зернові, олійні культури, лісові ягоди, гриби, горіхи і трави. За оцінками експертів, великий попит спостерігається на заморожені ягоди і плодіву продукцію, свіжі й перероблені овочі та фрукти. Такий сегмент, як свіжі овочі, зелень, плоди, молочні про-

дукти, знаходить свого споживача на внутрішньому ринку [17].

Водночас протягом останніх років макроекономічне середовище діяльності бізнесу характеризується низкою тенденцій, які перешкоджають нарощуванню вітчизняного експорту органічної продукції рослинництва. Найбільш суттєвими, зокрема, є: зростання міжнародної конкуренції, пришвидшення глобальних кліматичних змін, відсутність розвиненої логістичної інфраструктури, поширення політики національного протекціонізму (рис.).

1. *Зростання міжнародної конкуренції у тому числі за рахунок швидкого збільшення площ сільськогосподарських угідь, придатних для використання в органічному рослинництві, покращення їх природної родючості.* На кінець 2016 р. площа земельних угідь у світі, що використовувалися в органічному землеробстві, становила 57,8 млн га. З них 27,3 млн га (47%) розташовані в Океанії, 13,5 млн га (23%) – в Європі, 7,1 млн га (12%) – у країнах Латинської Америки. Серед європейських країн лідерами за площею угідь, зайнятих в органічному рослинництві, були Іспанія – 2 млн га, Італія – 1,8 млн га, Франція – 1,5 млн га. При цьому у 9 країнах єврозони земельний банк органічного виробництва перевищив 10% сукупної площі сільськогосподарських угідь. До таких країн, зокрема, належать Ліхтенштейн – 37,7%, Австрія – 21,9%, Естонія – 18,9% та інші [16].

З огляду на перспективи подальшого зростання попиту на екологічно безпечні продукти харчування, зниження їх вартості за рахунок удосконалення методів зберігання й транспортування, а також стимулювання національними урядами поширення принципів органічного землеробства, конкуренція на ринках органічної продукції рослинництва зростає. Так, у 2018 р.

у світі на відповідність вимогам міжнародних стандартів у сфері органічного виробництва сертифіковані майже 2,7 млн виробників. Протягом 2015–2016 рр. їх кількість зросла: в країнах Африки – на 3,0%, Азії – на 30,2%, Європи – на 6,9%, Латинської Америки – на 0,4%, Океанії – на 24,3% [16].

2. *Пришвидшення глобальних кліматичних змін.* Помітне зростання середньорічної температури внаслідок глобальних

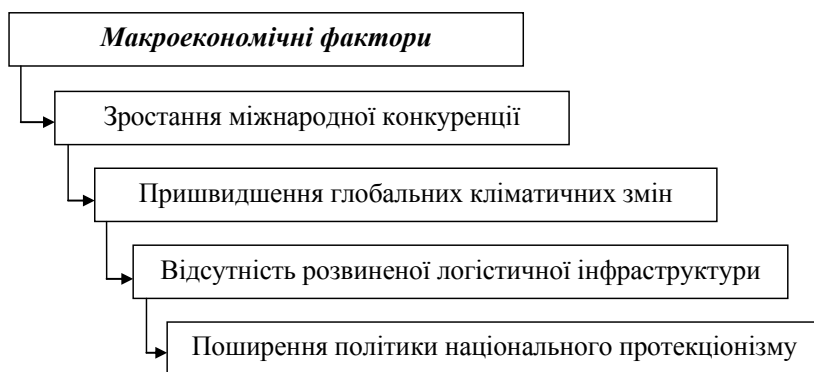


Рис. Макроекономічні фактори впливу на зовнішньоекономічну діяльність виробників органічної продукції рослинництва

змін клімату зумовлює ускладнення природних і погодних умов ведення сільського господарства, спричинить зниження його продуктивності у майбутньому. Органічне виробництво є методом сільського господарства, що передбачає оптимальне використання природної родючості біологічних ресурсів в умовах жорсткого обмеження використання хімічних засобів підвищення продуктивності рослин і тварин. Зміна погодних умов і посилення інтенсивності впливу деяких сезонних природних явищ, таких як посуха, весняні паводки, пожежі, вимерзання та ін., вимагають швидкої адаптації виробників органічної продукції рослинництва, розроблення і впровадження якісно нових підходів до організації господарського процесу, застосування економічних інструментів страхування ризиків тощо.

3. *Відсутність розвиненої логістичної інфраструктури.* Міжнародні стандарти й національна нормативно-правова база у сфері органічного виробництва встановлюють жорсткі вимоги як щодо виробництва, так і щодо умов зберігання і транспортування готової продукції. Зокрема, під час зберігання органічних продуктів заборонено використовувати будь-які синтетичні пестициди (етиленоксид, метил бромід, фосфін та ін.), іонізуюче випромінювання у боротьбі з шкідниками, фумігацію. Для підтвердження якості продукції експортер повинен провести ідентифікацію партії органічних продуктів, залучивши спеціалізовані лабораторії. На відміну від зарубіжних країн, в Україні відсутній ринок логістичних послуг у сфері органічного виробництва. Використання складів зі спеціальним обладнанням, залучення зарубіжних логістичних центрів і лабораторій збільшують вартість транспортування до покупця, знижують конкурентоспроможність вітчизняної органічної продукції рослинництва.

4. *Поширення політики національного протекціонізму.* Важливим трендом розвитку сучасної міжнародної економіки є поширення політики національного протекціонізму, що реалізується шляхом упровадження додаткових торгових бар'єрів для захисту вітчизняних товаровиробників. У таких умовах важливим напрямом забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної органічної продукції на зарубіжних ринках є підвищення її якості та зниження витрат на виробництво для нівелювання збільшення трансакційних затрат на організацію експорту.

Основними регіонами збуту органічної продукції рослинництва для вітчизняних товаровиробників у 2015–2017 рр. були країни Європейського Союзу (93–95%), Швейцарія – до 5%, інші країни – до 2% [2]. Зважаючи на організаційну й документальну складність, суттєву частку експорту органічної продукції рослинництва в Україні здійснювали трейдери (табл. 2).

За даними Міністерства аграрної політики України, у 2017 р. в Україні сертифіковано 294 виробники органічної продукції. Ґрунтуючись на даних табл. 2, можна стверджувати, що лише 13,3% вітчизняних виробників органічних зернових експортують органічну продукцію шляхом укладання прямих договорів із зарубіжними покупцями. Це компанії з потужним земельним банком, для яких органічне рослинництво є одним із напрямів аграрного виробництва. Такі компанії мають бездоганну репутацію і фінансову можливість покривати потенційні збитки від органічного землеробства за рахунок інших видів діяльності. Водночас невеликі фермерські господарства, які спеціалізуються на вирощуванні фруктів, овочів та ягід, не можуть налагодити експорт через вплив таких чинників:

Таблиця 2

Країни-імпортери органічних зернових і структура експорту за суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, 2017 р.

Країна-імпортер	Обсяг експорту, тис. т	Кількість експортерів, од.		Часка в загальному експорті, %	
		Трейдери	Виробники	Трейдери	Виробники
Нідерланди	72,3	3	6	84	16
Великобританія	21,0	1	2	50	50
Німеччина	21,0	4	17	22	78
Австрія	18,6	2	3	32	68
Італія	14,5	1	4	14	86
Швейцарія	8,5	–	7	0	100
Франція	4	2	–	100	0

Джерело: [2]

1. Зарубіжні компанії зацікавлені у великих партіях продукції. Невеликі товаровиробники, які вирощують різні культури, не можуть задовольнити стабільний попит на органічну сировину й перероблені органічні продукти харчування.

2. Експортні операції супроводжуються великими транспортними й накладними витратами (витрати на зберігання й доставку продукції, яка швидко псується і може бути пошкоджена шкідниками й хворобами, витрати на юридичний супровід, проведення лабораторної експертизи, страхування та ін.). За умов повного покриття таких витрат постачання невеликих партій одноосібними виробниками є економічно недоцільним.

3. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності фермерськими господарствами також ускладнюється через відсутність кваліфікованих кадрів, доступу до логістичної інфраструктури, високі валютні, логістичні ризики.

З огляду на вищезазначене, для реалізації експортного потенціалу органічного рослинництва на міжнародних ринках вітчизняні виробники органічної продукції повинні шукати інноваційні форми економічної й організаційної взаємодії між собою. Перспективним напрямом такої взаємодії, який поступово впроваджується в Україні, є кластери з виробництва та обігу органічної продукції рослинництва.

Кластер із виробництва та обігу органічної продукції – це сукупність підприємств та організацій, географічно та/або адміністративно пов'язаних між собою, які здійснюють виробничу, наукову, торгову та інші види діяльності у сфері органічного рослинництва і які об'єдналися для реалізації спільних цілей щодо популяризації споживання органічної продукції, застосування принципів органічного землеробства, підвищення його економічної, екологічної та соціальної ефективності.

Кластерна форма об'єднання виробників органічної продукції рослинництва сприятиме підвищенню конкурентоспроможності товаровиробників на національному і міжнародному ринках шляхом:

– Визначення географічної спеціалізації виробників органічної продукції й розроблення інструментів підвищення якості готової продукції з урахуванням природно-територіальних особливостей, ідентифікації перспективних ніш на міжнародному й національному ринках.

– Розроблення і впровадження організаційного механізму формування фінансових ресурсів для реалізації масштабних наукових досліджень, удосконалення логістичної інфраструктури, активізації маркетингового супроводу на міжнародних ринках, проведення капітальних природоохоронних заходів та ін.

– Впровадження комплексних організаційних, економічних і фінансових заходів щодо попередження наслідків природно-кліматичних змін, ліквідації їх впливу на організацію аграрного виробництва.

– Формування інституційного забезпечення для захисту інтересів виробників та операторів ринку органічної продукції у державних, регіональних і місцевих органах влади.

– Впровадження системи правового супроводу і ринкового консалтингу невеликих сільськогосподарських товаровиробників.

– Розроблення і застосування механізму протистояння недобросовісній конкуренції з боку виробників традиційної сільськогосподарської продукції рослинництва, а також заготівельних компаній.

Висновки.

Міжнародні ринки органічних продуктів активно розвиваються. Цьому сприяють зростання платоспроможного попиту в економічно розвинених країнах, розширення асортименту продукції, удосконалення торгової та логістичної інфраструктури.

Експорт органічної продукції рослинництва з України стабільно зростає. Основними експортними товарами є зернові та олійні культури, горох, ягоди й горіхи.

Макроекономічні умови функціонування вітчизняних виробників органічної продукції характеризуються ускладненням бізнес-середовища: збільшується конкуренція на міжнародних і національному ринках, знижується їхня конкурентоспроможність через відсутність розвинутої логістичної інфраструктури, зростання інтенсивності наслідків глобальних кліматичних змін, поширення політики національного протекціонізму.

Для посилення конкурентоспроможності великих і дрібних виробників органічної продукції рослинництва в Україні необхідно створювати й розвивати кластери як інноваційний засіб взаємодії компаній з метою досягнення спільних економічних, ринкових і національних інтересів. Створення кластерів з виробництва й обігу органічної продукції рослинництва сприяти-

ме розробленню і впровадженню економічних, ринкових та організаційних інструментів для посилення конкурентоспроможності національних виробників в умовах глобальних економічних і кліматичних викликів.

Бібліографічний список:

1. Органік Стандарт. URL: <http://www.organicstandard.com.ua>.
2. Друзь Т. Organic на експорт. АПК-Інформа. 2018. № 7 (49). URL: <https://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/1098849#W8NYUPmYTZ4>.
3. Грановська В.Г. Перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні / В.Г. Грановська // Економіка АПК. 2017. № 4. С. 31–40.
4. Бурляй А.П. Роль України у формуванні пропозиції європейського ринку органічної продукції / А.П. Бурляй, О.О. Гуцаленко // Економічний часопис –XXI. 2013. № 11–12(2). С. 15–18.
5. Воскобійник Ю.П., Гаваза Є. Ємність ринку органічної продукції в Україні / Ю.П. Воскобійник, Є.В. Гаваза // Агроінком. 2013. № 4–6. С. 7–10.
6. Мамалига С.В. Розвиток ринку органічної продукції в Україні / С.В. Мамалига, А.С. Гловиук // Ефективна економіка. 2016. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5245>.
7. Славгородська Ю.В. Виробництво органічної продукції в Україні: стан і перспективи / Ю.В. Славгородська // Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2016. № 4. С. 49–54.
8. Феценко Н.М. Проблемні моменти ринку органічної сільськогосподарської продукції / Н.М. Феценко // Інноваційна економіка. 2013. № 7. С. 141–150.
9. Кутаренко Н.Я. Правове регулювання органічного виробництва сільськогосподарської продукції в Україні / Н.Я. Кутаренко // Агросвіт. 2013. № 22. С. 66–73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2013_22_13.
10. Кайдашов В. Проблеми вдосконалення правового регулювання безпечності і якості сільськогосподарської продукції в умовах інтеграції України до міжнародних спільнот / В. Кайдашов // Підприємництво, господарство і право. 2009. № 11. С. 116–118.
11. Шкуратов О.І. Органічне сільське господарство: еколого-економічні імперативи розвитку: монографія / О.І. Шкуратов, В.А. Чудовська, А.В. Вдовиченко. К.: ТОВ «Діа», 2015. 248 с.
12. Штрихун Х.І. Маркетингова підтримка стимулювання збуту органічної продукції в Україні / Х.І. Штрихун // Проблеми та перспективи економіки та управління. 2015. № 3(3). С. 161–170.
13. Шпак Г.М. Мотивація розвитку органічного виробництва в Україні / Г. М. Шпак // Науковий журнал «Економіка України». 2015. № 7(644). С. 58–71.
14. Пішли в онлайн: нові правила експорту органічної продукції. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/pisli-v-onlajn-novi-pravila-eksportu-organichnoi-produkcii>.
15. Чичкало-Кондрацька І.Б., Новицька І.В. Світовий досвід просування органічної продукції / І.Б. Чичкало-Кондрацька, І.В. Новицька // Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/10.pdf.
16. The World of Organic Agriculture. Statistics & Emerging Trends 2018. Research Institute of Organic Agriculture FiBL. 2018. 348 p. <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1093/?ref=1>.

References:

1. Official site of Organic Standards (2018), available at: <http://www.organicstandard.com.ua> (Accessed 01 October 2018).
2. Druz, T. (2018), "Organic to eksport", APK-Informa, [Online]. no. 7 (49), available at: <https://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/1098849#W8NYUPmYTZ4> (Accessed 01 October 2018).
3. Hranovska V.H. (2017), "Prospects for the development of the market for organic products in Ukraine", Ekonomika APK, no. 4. P. 31–40.
4. Burliai A.P. (2013), "The role of Ukraine in shaping the proposal of the European organic produce market", Economic Journal – XXI. no. 11–12(2). P. 15–18.
5. Voskobiinyk Yu.P., Havaza Ye. (2013), "Capacity of organic products market in Ukraine", Agroinform. no.4–6. P. 7–10.
6. Mamalyha S.V., Hloviuk A.S. (2016), "Development of organic products market in Ukraine", Effective Economy. [Online]. no. 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5245> (Accessed 10 October 2018).
7. Slavhorodska Yu.V. (2016), "Organic production in Ukraine: state and prospects", Newsletter of the Poltava State Agrarian Academy. no.4. P. 49–54.
8. Feshchenko N.M. (2013), "Problematic moments in the market for organic agricultural products", Innovative Economy. no. 7. P. 141–150.
9. Kutarenko N.Ya. (2013), "Legal regulation of organic production of agricultural products in Ukraine", Agrosvit. [Online]. no. 22. P. 66–73, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2013_22_13 (Accessed 10 October 2018).
10. Kaidashov V. (2009), "Problems of improving the legal regulation of the safety and quality of agricultural products in the context of Ukraine's integration into international communities", Entrepreneurship, Economy and Law. no.11. P. 116–118.
11. Shkuratov O.I., Chudovska V.A., Vdovychenko A.V. (2015), "Organic agriculture: ecological and economic imperatives of development: monograph", Kyiv, TOV "Dia", 248 p.

12. Shtrykhun Kh.I. (2015), "Marketing support for stimulating the sales of organic products in Ukraine", *Problems and Prospects of Economy and Management*. no. 3(3). P. 161–170.
13. Shpak H.M. (2015), "Motivation for the development of organic production in Ukraine", *Scientific Journal "Economics of Ukraine"*. no. 7(644). P. 58–71.
14. "Went online: new rules for exporting organic products" [Online]. available at: <http://agravery.com/uk/posts/show/pisli-v-onlajn-novi-pravila-eksportu-organicnoi-produkcii> (Accessed 10 October 2018).
15. Chychkalo-Kondratska I.B., Novytska I.V. (2018), "World experience of promotion of organic products", *Effective Economy*. [Online]. no. 2, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/10.pdf (Accessed 5 October 2018).
16. *The World of Organic Agriculture. Statistics & Emerging Trends 2018*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL. (2018). [Online]. 348 p., available at: <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1093/?ref=1> (Accessed 10 October 2018).

Honcharenko N.V.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department
of Environmental Management and Entrepreneurship,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

CLUSTERIZATION AS AN INSTRUMENT FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF ORGANIC PLANTING IN THE CONDITIONS OF INTERNATIONAL COMPETITION

In recent years in Ukraine, there is a steady trend in the growth of exports of organic crop production. Contribute to this: increasing the area of agricultural land in organic production, improvement of regulatory and legal support, reduction of trade barriers. At the same time, there are a lot of barriers that increase export volumes, reduce the competitiveness of domestic producers in international markets. The most significant are: the growth of international competition, the acceleration of global climate change, the lack of developed logistics infrastructure, the spread of national protectionist policies.

In the conditions of the prevalence of small-scale organic production, overcoming these problems is possible only through the creation of specialized clusters for the production and circulation of organic crop production. Taking into account the above, the purpose of the research is to substantiate the relevance of the formation of clusters for the production and sale of organic crop production as an instrument for increasing the competitiveness of domestic commodity producers in conditions of international competition.

It is substantiated that the cluster form of the association of producers of organic crop production will promote the competitiveness of commodity producers in the national and international markets through: the definition of the geographical specialization of producers of organic products and the development of tools for improving the quality of finished products, taking into account natural and territorial features; identification of perspective niches in the international and national markets; development and implementation of an organizational mechanism for the formation of financial resources for the implementation of large-scale scientific research, improvement of logistics infrastructure, increased marketing support in international markets, capital conservation measures; implementation of complex organizational, economic, and financial measures to prevent the consequences of natural and climatic changes, eliminate their impact on the organization of agrarian production.