**Христенко О.А.,**

**к.е.н., доцент кафедри економіки сільського господарства ,**

 **Миколаївський державний аграрний університет**

**ВИРОБНИЦТВО ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АПК.**

Конкурентоспроможність продукції – це сукупність її властивостей відповідати вимогам ринку у визначений момент. Вона характеризується споживчими властивостями, затратами споживача, кон’юнктурою ринку реалізації товарів. Стосовно товару необхідно вказати, що конкурентоспроможним є товар, який має кращі якісні, вартісні та кількісні показники. [3]

В умовах глобалізації агропродовольчих ринків необхідно визначити перелік стратегічних галузей сільського господарства і провести глибоку діагностику їх стану і відповідних сегментів ринків із метою максимальної адаптації до конкурентних умов зовнішнього середовища і створення глобальних продуктів.

Формування повноцінного конкурентного середовища забезпечується функціонуванням підприємницьких структур, які могли протидіяти монополізму агропідприємців, задіяних у сільськогосподарському виробництві.

Органіка, органічні продукти та їхнє органічне виробництво (землеробство) – це практика чистого виробництва здорових продуктів харчування. Органічне землеробство полягає у мінімальному обробітку ґрунту і повній відмові від застосування ГМО, антибіотиків, отрутохімікатів та мінеральних добрив.

Наявність товаровиробників органічної продукції необхідно на сучасному етапі оскільки дає можливість одержати позитивний синергетичний ефект від органічного виробництва, а саме виробництво якісних продуктів харчування,

підвищення показників зайнятості населення, сприяє організації найбільш ефективного, раціонального використання і охорони природних ресурсів.

Органічні господарства виробляють екологічну чисту продукцію без ГМО та невластивих продуктам харчування хімічних елементів. Практика органічного землеробства стає щороку більш популярною у багатьох країнах світу, зокрема у Європі, завдяки економічній раціональності та зростаючому попиту на чисту продукцію з боку свідомого споживача.

Головними проблеми розвитку органічної продукції в Україні є:

- недостатній рівень розвитку ринку органічної продукції, що не дає можливості забезпечити мінімальні потреби населення

- стратегічні й тактичні підходи до державної підтримки впровадження найсучасніших технологій органічного землеробства з використанням існуючого світового досвіду;

- розвиток системи сертифікації органічної продукції, адаптованої до світових стандартів для забезпечення виходу продукції на світовий ринок;

- розвиток маркетингу органічної продукції, проведення постійного професійного моніторингу тенденцій розвитку цього ринку як попиту, так і пропозицій;

- формування та розвиток українського ринку сертифікованої органічної продукції шляхом створення спеціалізованих магазинів, центрів здорового харчування, відділів органічної продукції в існуючих торгівельних мережах та інші питання.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Зубець М. В. Економічні аспекти реформування агропромислового комплексу України / М. В. Зубець, М. Д. Безуглий. – К.: Аграр. Наука, 2010. – 18 с.
2. Прилуцький А. М. Методологічні аспекти формування аграрного ринку / А. М. Прилуцький // Економіка АПК. – 2012. – № 2. – С. 152 – 158

####  Економіка підприємства : підручник / за аг. Ред.. С.Ф. Покропивного . підприємств на селі / [2-е вид. перероб. І доп.]. – К. : КНЕУ , 2001. – 528 с.