

АНОТАЦІЯ

Коценко М. С. Формування конкурентних переваг органічної продукції. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» Поліський національний університет, Житомир, 2023.

Дисертацію присвячено розв'язанню наукової проблеми, пов'язаної з теоретичним і методичним обґрунтуванням наукових засад і розробкою практичних рекомендацій щодо формування конкурентних переваг органічної продукції.

Перехід сучасних українських агропідприємств на засади органічного виробництва навіть у складних умовах сьогодення, не зважаючи на війну, енергетичну кризу та переорієнтацію економіки на воєнний лад, має поступово і невідворотно відбуватись, оскільки органічне виробництво відповідає принципам сталого розвитку, а також є невід'ємним етапом еволюції сільського господарства найбільш розвинутих країн світу.

Органічне виробництво повністю відповідає парадигмі сталого розвитку, наближаючи світ до свідомого і раціонального споживання природних ресурсів, при цьому охоплюючи увесь ланцюг постачання – від підготовки земельних ділянок, безпосередньо вирощування рослин або вигодовування тварин, а також її реалізації, що дозволяє наблизитись до виконання багатьох цілей сталого розвитку, серед яких найбільш очевидними є подолання голоду, міцне здоров'я і благополуччя, відповідальне споживання і виробництво, гідна праця та економічне зростання, захист екосистем суші.

Здійснюючи вихід на ринок органічної продукції, вітчизняним підприємствам необхідно налаштовуватися на досить тривалий, складний та доволі затратний процес формування конкурентних переваг продукції, що в подальшому дозволить не тільки забезпечити отримання додаткових конкурентних переваг, завоювати нові ринки, але й забезпечить досягнення

глобальної мети – збереження здоров'я суспільства та раціонального використання навколишнього середовища.

У *теоретичному розділі* дисертації систематизовано наукові погляди та узагальнено підходи до трактування змісту поняття «конкуренція» та «конкурентні переваги»; ідентифіковано основні етапи еволюції джерел конкурентних переваг, у рамках якої, окрім загальноприйнятих факторного, витратного, якісного, адаптивного, інноваційного етапів, виділено суспільно-орієнтований етап, який відповідає сучасним умовам створення переваг і характерною рисою якого є безпосередня участь суспільства у процесі формування конкурентних переваг та їх управління.

Питання ринкової конкуренції та формування конкурентних переваг протягом тривалого часу стояло досить гостро, про що свідчать численні підходи до визначення суті конкуренції та конкурентних переваг. На основі результатів дослідження існуючих літературних джерел здійснено морфологічний аналіз поняття суті конкурентної переваги за допомогою ключових слів: результат, показник, сукупність, характеристики, цінність, переваги, компетентність.

Дослідження теорії конкуренції та конкурентних переваг дало змогу виділити основні етапи еволюції конкуренції та конкурентних переваг. Аналіз теоретичних надбань вчених-економістів дав змогу виділити такі етапи еволюції джерел конкурентних переваг: факторний, витратний, якісний, адаптивний, якісний, інноваційний. Запропоновано додати ще один етап – суспільно-орієнтований, який характеризується впливом соціуму на товаровиробництво та сферу послуг, а джерелом конкурентної переваги виступає суспільство.

На формування та розвиток конкурентної переваги певною мірою впливає значна кількість внутрішніх та зовнішніх факторів. Залежності від того, в якому контексті розглядається поняття «конкурентна перевага», виділено ключові елементи щодо аналізу та пошуку джерел їх формування. Систематизація джерел формування конкурентних переваг органічної продукції та характеристика факторів впливу на них дала змогу визначити основні властивості конкурентних переваг органічної продукції, до яких віднесено: залежність від конкретних умов,

які характеризують місце продукції на ринку; мінливість; динамічність; підпорядкованість певним факторам та порівняльний характер.

Методика оцінки конкурентних переваг підприємства та продукції підприємства ґрунтується на аналізі основних показників діяльності підприємства, його зовнішнього середовища та зміни кон'юнктури ринку. Більшість існуючих методів оцінки конкурентних переваг продукції базується на порівнянні якісних та вартісних характеристик продукції. Така оцінка не зовсім підходить для оцінки конкурентних переваг органічної продукції, оскільки її якість уже є її перевагою, а ціна не завжди може нею виступати.

У дослідженні поглиблено послідовність економічного оцінювання конкурентних переваг, яка, на відміну від інших, включає етапи визначення конкурентних переваг і позиції підприємства на ринку та розробку стратегії забезпечення конкурентоспроможності виробників органічної продукції. Основними індикаторами конкурентних переваг продукції пропонується розглядати такі показники, як собівартість продукції, рентабельність виробництва та реалізації, частка ринку та якість продукції. Запропоновано алгоритм оцінки конкурентних переваг органічної продукції, що включає наступні етапи: визначення конкурентних переваг; визначення конкурентної позиції на ринку; розробка стратегії формування конкурентних переваг та забезпечення конкурентоспроможності виробників органічної продукції.

В *аналітичній частині* дослідження здійснено систематизацію складових інституціонального середовища виробників органічної продукції та обґрунтовано недоліки інституціонального забезпечення виробництва органічної продукції в Україні, основними з яких є відсутність регламентованої процедури моніторингу відповідності виробничих процесів встановленим вимогам, механізмів регуляції географічних меж між виробниками органічної та традиційної продукції, порядок розподілу бюджетних коштів у галузі органічного виробництва та ін.

Конкурентне середовище виробництва органічної продукції залежить від низки чинників, зокрема матеріальних та нематеріальних ресурсів, певних принципів, правил та обмежень. Відносини між виробниками та переробними

підприємствами, між виробниками та експортерами чи імпортерами товару, відносини між виробником та споживачем – усі вони ґрунтуються на відповідних нормах та засадах. Формування конкурентних переваг, підвищення конкурентоспроможності забезпечується правилами ведення бізнесу та принципами і обмеженнями, які діють під час виробництва органічної продукції, формуючи інститути функціонування виробників органічної продукції.

Інституційне середовище вітчизняного ринку органічної продукції включає формальні інститути, неформальні інститути, санкції за невиконання норм та правил та організації (соціально-економічні та політичні). Формальні інститути є обов'язковими для виконання, оскільки входять до системи органів державної влади та закріплені в законодавчих та нормативних актах. Вони забезпечують рівні умови конкуренції та однакові права для усіх учасників ринку. Проаналізовано особливості нормативно-правового забезпечення функціонування ринку органічної продукції в Україні та виокремлено низку недоліків, які стримують розвиток органічного виробництва. Серед них: відсутність механізмів більш детальної перевірки виробників органічної продукції; положення, які б захищали виробників органічної продукції, що межують із традиційним виробництвом; відсутність положень щодо порядку розподілу та використання коштів у галузі органічного виробництва.

Встановлено, що органічне виробництво в Україні розвивається досить стрімко. У ході дослідження ідентифіковано проблеми, які стримують розвиток виробників органічної продукції, основними з яких є такі: низьке споживання органічної продукції (євро на душу населення); мінімальне зростання роздрібних продажів органічної продукції; недостатня обізнаність споживачів щодо переваг органічної продукції; висока ціна на сертифікацію виробництва органічної продукції; низька купівельна спроможність населення; високі ціни на органічну продукцію; небажання виробників переходити на органічне виробництво; достатньо обмежений асортимент органічної продукції.

Запропонований у першому розділі алгоритм оцінки конкурентних переваг органічної продукції дав змогу ідентифікувати основні індикатори конкурентних переваг і дозволив зробити висновки, що необхідним є відстеження наслідків і

причин впливу таких факторів, як внутрішнє середовище підприємства, конкуренти та споживачі на ринку. Визначення рентабельності, собівартості та частки ринку продукції органічного виробника дало змогу оцінити конкурентні переваги органічної продукції вітчизняних виробників органічних овочів та ягід.

Здійснено оцінку основних індикаторів конкурентних переваг вітчизняних виробників органічних овочів та ягід. Виявлено, що більшість аналізованих виробників мають наступні конкурентні переваги: висока рентабельність; безпечність продукції; низька собівартість; висока частка ринку. Формування стійких конкурентних переваг потребує певного часу. Органічним сільськогосподарським виробникам, враховуючи особливості середовища їх функціонування, доцільно орієнтуватися на отримання конкурентних переваг, пов'язаних зі збільшенням обсягів виробництва продукції та зниженням витрат. Така стратегія здатна оптимізувати витрати виробництва забезпечуючи виробничі потреби.

У проєктній частині дослідження розроблено практичні рекомендації щодо формування конкурентоспроможності виробників органічної продукції в Україні.

Дослідження результатів діяльності виробників органічної продукції з досягнення ними певних конкурентних переваг дав змогу оцінити перспективність наявних векторів розвитку вітчизняного аграрного сектору. Для визначення впливу на конкурентоспроможність підприємств органічного виробництва низки чинників запропоновано використовувати кластерний аналіз. Досліджено дані 75 підприємств, які здійснювали вихід на європейські ринки органічної продукції, за наступними чинниками: рівень диверсифікації виробництва; розширення (скорочення) окремих видів виробництва; плинність культур; приріст обсягів органічної продукції; зміна площі органічного ґрунту; зміна рівня ефективності виробництва.

На основі проведеного аналізу отримано три кластери підприємств виробників органічної продукції в Україні та запропоновано стратегії, за якими може здійснюватися забезпечення та розвиток конкурентоспроможності. Перспективним напрямком для підприємств першої і третьої груп є забезпечення

конкурентних переваг шляхом диференціації товару, що, на відміну від інших ринків сільськогосподарської продукції, які орієнтуються переважно на стратегію зменшення витрат, має стати основою для підприємств, які функціонують саме на ринках органічної продукції, оскільки органічна продукція вже має диференціюватися від інших подібних товарів на ринку внаслідок вищої якості, відповідності принципам сталого розвитку і зеленої економіки, відповідності здоровому способу життя, екологічності та задоволенню потреб споживачів у здоровому харчуванні. Якщо підприємство зможе диференціювати свій товар від товарів-конкурентів при виході на європейський, український або інші світові ринки, здійснюючи маркетингову підтримку, розвиток ефективної системи збуту, поступово завойовуючи репутацію надійного партнера, то це допоможе досягти успіху у довгостроковій перспективі, а також дозволить реалізовувати продукцію за ціною, що є вищою, ніж у конкурентів. Стратегію розвитку унікальної цінності товару рекомендовано використовувати виробникам, які орієнтовані на роздрібний ринок країн ЄС.

Для підприємств третьої групи рекомендовано більш сміливу стратегію розвитку, яка має охоплювати збільшення обсягів сертифікованої продукції та обсягів сертифікованих земель, поряд зі скороченням типів культур, що не показали достатню ефективність, доцільно впроваджувати освоєння нових видів продукції. Також рекомендовано більш активно використовувати диверсифікацію як засіб зменшення ризиків.

Досліджено особливості формування та розвитку ринку органічної продукції на ринках ЄС та США. Особливими ознаками даних ринків є: великотоварне виробництво та великий асортимент продукції органічного виробництва на полицях магазинів; державна підтримка виробників під час переходу на органічне землеробство; субсидювання та надання пільг на кредитування; об'єднання у кластери та альянси виробників; органічна освіта. Вказані особливості можливо використовувати для розвитку органічного виробництва в Україні.

Запропоновано комплекс заходів аграрної політики в межах стратегії забезпечення конкурентних переваг вітчизняної органічної продукції. Так, в інституційній площині органічного сільського господарства пропонується: створення сільськогосподарських виробничих кооперативів, що сприятиме зміцненню системи органічного виробництва та дасть можливість виробникам отримувати консультативну допомогу у процесі просування продукції; метою популяризації вітчизняної органічної продукції є розвиток маркетингової та рекламної складових органічного виробництва.

Доцільно адаптувати вітчизняні нормативно-правові акти до європейських та покращити нормативно-правове законодавство, зокрема у частині фінансової підтримки органічного виробника, сертифікації продукції та географічного сусідства органічної продукції та традиційної. Проведення перекваліфікації виробників сільськогосподарської продукції коштом місцевих бюджетів з метою заохочення їх переходу на органічне виробництво. Важливе значення має розвиток торговельно-збутових ланцюгів, де запропонованими заходами є такі: укладання угод про співробітництво з нинішніми країнами-імпортерами органічної продукції з України та потенційно цікавими торговельними партнерами; підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників органічної сільгосппродукції; збільшення попиту на внутрішньому ринку органічної продукції; державна підтримка під час відкриття нових каналів експорту вітчизняної органічної продукції.

Ключові слова: конкурентні переваги, органічна продукція, сталий розвиток, сільське господарство, конкурентоспроможність, конкурентні переваги продукції.

ABSTRACT

Kotsenko M. S. Formation of competitive advantages of organic products.

– Qualifying scientific work as a manuscript.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 051 «Economics» by the field of knowledge 05 «Social and Behavioral Sciences» Polissia National University, Zhytomyr, 2023.

The dissertation is devoted to the solution of the scientific problem associated with the theoretical and methodological justification of scientific foundations and the development of practical recommendations for the formation of competitive advantages of organic products.

The transition of modern Ukrainian agricultural enterprises to the principles of organic production, even in the difficult conditions of the present, despite the war, the energy crisis and the reorientation of the economy to the military system, should gradually and inevitably occur, since organic production complies with the principles of sustainable development, and is also an integral stage in the evolution of agriculture in the most developed countries of the world.

Organic production is fully consistent with the paradigm of sustainable development, bringing the world closer to conscious and rational consumption of natural resources. while covering the entire supply chain - from the preparation of land, directly growing plants or feeding animals, as well as its implementation, which brings us closer to fulfilling many sustainable development goals, among which the most obvious are overcoming hunger, good health and well-being, responsible consumption and production, decent work and economic growth, protection of land ecosystems.

When entering the market of organic products, domestic enterprises need to tune in to a rather long, complex and rather costly process of forming competitive advantages of products, which in the future will not only provide additional competitive advantages in the future, win new markets, but also ensure the achievement of the global goal – the preservation of public health and rational use of the environment.

The *theoretical section* of the dissertation systematizes scientific views and generalizes approaches to the interpretation of the content of the concept of «competition» and «competitive advantages»; the main stages of the evolution of sources of competitive advantages are identified, within the framework of which, in addition to the generally accepted factor, cost, quality, adaptive, innovative stages, a socially oriented stage is allocated, which corresponds to modern conditions for creating advantages and the characteristic feature of which is the direct participation of society in the process of forming competitive advantages and their management.

The issue of market competition and the formation of competitive advantages for a long time was quite acute, as evidenced by numerous approaches to determining the essence of competition and competitive advantages. A study of existing literary sources, on the basis of which it was possible to carry out a morphological analysis of the concept of the essence of competitive advantage with the help of keywords: result, indicator, totality, characteristics, value, advantages, competence.

The study of the theory of competition and competitive advantages made it possible to distinguish the main stages of the evolution of competition and competitive advantages. Analysis of theoretical achievements of scientists-economists, made it possible to identify the following stages of evolution of sources of competitive advantages: factor, cost, quality, adaptive, quality, innovative. We propose to add another stage – socially oriented, which is characterized by the influence of society on commodity production and services, and the source of competitive advantage is society.

The formation and development of competitive advantage is to some extent influenced by a significant number of internal and external factors. Depending on the context in which the concept of «competitive advantage» is considered, it is possible to distinguish key elements regarding the analysis and search for sources of their formation. Systematization of sources of formation of competitive advantages of organic products and characterization of factors of influence on them, made it possible to determine the main properties of competitive advantages of organic products: dependence on specific conditions that characterize the place of products on the market; variability; dynamism; subordination to certain factors and comparative nature.

The method of assessing the competitive advantages of the enterprise and the products of the enterprise is based on the analysis of the main indicators of the enterprise, its external environment and changes in market conditions. Most of the existing methods for assessing the competitive advantages of products are based on comparing the quality and cost characteristics of products. Such an assessment is not quite suitable for assessing the competitive advantages of organic products, since its quality is already its advantage, and the price can't always act as it.

The study improves the sequence of economic evaluation of competitive advantages, which, unlike others, includes the stages of determining the competitive advantages and position of the enterprise in the market and developing a strategy for ensuring the competitiveness of organic producers. The main indicators of competitive advantages of products are proposed to consider the following indicators: cost of production, profitability of production and sales, market share and product quality. An algorithm for assessing the competitive advantages of organic products has been proposed, which includes the following stages: determination of competitive advantages, determination of a competitive position in the market and development of a strategy for the formation of competitive advantages and ensuring the competitiveness of producers of organic products.

The *analytical part* of the study systematizes the components of the institutional environment of organic producers and substantiates the shortcomings of institutional support for the production of organic products in Ukraine, the main ones being the lack of a regulated procedure for monitoring the compliance of production processes with the relevant established requirements, mechanisms for regulating geographical boundaries between producers of organic and traditional products, the procedure for distributing budget funds in the field of organic production, etc.

The competitive environment of organic production depends not only on material and intangible resources, but also on certain principles, rules and restrictions. Relations between producers and processing enterprises, between producers and exporters or importers of goods, relations between producer and consumer – all of them are based to some extent on certain principles and norms. Such business rules, principles and restrictions that operate in production form the institutions for ensuring the functioning of producers of organic products and ensure the formation of competitive advantages and increase its competitiveness.

The institutional environment of the domestic market of organic products includes formal institutions, informal institutions, sanctions for non-compliance with norms and rules) and organizations (socio-economic and political). Formal institutions are provided by a system of state authorities and are enshrined in legislative and regulatory acts. Such institutions are mandatory for all market participants and provide equal conditions for competition. The second section analyzes the features of

regulatory and legal support for the functioning of the market of organic products in Ukraine, and identifies a number of shortcomings that hinder the development of organic production. Among them: the lack of mechanisms for more detailed verification of producers of organic products; provisions that would protect organic producers bordering on traditional production; lack of provisions on the distribution and use of funds in the field of organic production.

Organic production in Ukraine is developing quite rapidly. The study substantiated the problems that hinder the development of organic producers, the main of which are: low consumption of organic products (available per capita), minimal growth in retail sales of organic products, lack of consumer awareness of the benefits of organic products, high price for certification of organic production, low purchasing power of the population, high prices for organic products, reluctance of producers to switch to organic production, rather limited range of organic products.

The algorithm for assessing the competitive advantages of organic products proposed in the first section made it possible to identify the main indicators of competitive ones and made it possible to draw conclusions that it is necessary to track the consequences and causes of the influence of factors such as the internal environment of the enterprise, competitors and consumers in the market. Determination of profitability, cost price and market share of products of organic producer made it possible to assess the competitive advantages of organic products of domestic producers of organic vegetables and fruits.

The main indicators of competitive advantages of domestic producers of organic vegetables and berries have been evaluated. Most of the analyzed manufacturers from manufacturers have the following competitive advantages: high profitability, product safety, low cost and high market share. The formation of stable competitive advantages takes some time. The efforts of economic entities that did not provide a positive economic effect in the current year may be an element of a competitive strategy that will manifest itself in the future. This requires the continuation of the study of the features of the formation of competitive advantages and in the future, manufacturers need to develop strategies to ensure the competitiveness of products to meet the needs of the domestic market and enter the world market. Organic agricultural producers,

based on the characteristics of the environment of their functioning, it is advisable to focus on obtaining competitive advantages associated with lower costs and increased production volumes. Such a competitive strategy involves optimizing costs at the level necessary to fully meet production needs, and constant monitoring of costs.

The *project part* of the study developed practical recommendations for the formation of competitiveness of organic producers in Ukraine.

The study of the results of the activity of organic producers to achieve certain competitive advantages allows us to assess the prospects of the existing vectors of development of the domestic agricultural sector. To determine the impact on the competitiveness of enterprises of organic production of a number of factors, it is proposed to use cluster analysis. The data of 75 enterprises that have entered the European markets of organic products are investigated by the following factors: the level of diversification of production; expansion (reduction) of certain types of production; yield of crops; increase in the volume of organic products; change in the area of organic soil; change in the level of production efficiency.

Based on the analysis, it was possible to obtain three clusters of organic producers in Ukraine and proposed strategies for ensuring and developing competitiveness. A promising direction for enterprises of the first and third groups is to ensure competitive advantages by differentiating goods, which, unlike other agricultural markets, which are focused mainly on a cost reduction strategy, should become the basis for enterprises operating precisely on organic markets. Since organic products already have to differentiate from other similar products on the market due to higher quality, compliance with the principles of sustainable development and green economy, compliance with healthy lifestyles, environmental friendliness and satisfaction of consumer needs in healthy nutrition. If the company is able to differentiate its goods from competing goods when entering the European, Ukrainian or other world markets, providing marketing support, developing an effective sales system, gradually gaining a reputation as a reliable partner, this will help to succeed in the long term, and will also allow to sell products at a price that is higher than that of competitors. The strategy of developing the unique value of the goods is recommended to be used by manufacturers who are focused on the retail market of the EU countries.

For enterprises of the third group, a bolder development strategy should be recommended, which should cover an increase in the volume of certified products and the volume of certified lands, along with a reduction in the types of crops that have not shown sufficient efficiency, it is advisable to introduce the development of new types of products, and it is also recommended to more actively use diversification as a means of reducing risks.

The features of the formation and development of the market of organic products in the EU and US markets are investigated. Special features of these markets are: large-scale production and a large range of organic products on store shelves; state support for producers during the transition to organic farming; subsidization and provision of benefits for lending; merging into clusters and alliances of producers and organic education. These features can be used for the development of organic production in Ukraine.

A set of measures of agrarian policy within the strategy of ensuring the competitive advantages of domestic organic products is proposed. Thus, in the institutional plane of organic agriculture, we offer: the creation of agricultural production cooperatives that will strengthen the system of organic production and enable producers to receive advisory assistance on ways and means of marketing products; to promote domestic organic products to develop the marketing and advertising component of promoting organic production.

It is advisable to adapt domestic regulations to European and improve regulatory legislation, namely in terms of financial support for the organic producer, certification of products and geographical neighborhood of organic products and traditional. Retraining of agricultural producers at the expense of local budgets in order to encourage their transition to organic production. Of great importance is the development of trade and sales chains, where the proposed measures are: the conclusion of cooperation agreements with the current importing countries of organic products from Ukraine and potentially interesting trading partners; increasing the competitiveness of domestic producers of organic agricultural products; increased demand in the domestic market of organic products; state support in opening new export routes for domestic organic products.

Keywords: competitive advantages, organic products, sustainable development, agriculture, competitiveness, competitive advantages of products.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ

1. Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації:

1.1. У наукових виданнях, що індексуються у базі даних Scopus:

1. Development of a competitive strategy of an organic production enterprise based on discriminant analysis / Kotsenko M., Tkachuk V., Kilnitska *and el. Scientific Horizons*. 2023. Vol. 26(6). P. 121–133. DOI: <https://doi.org/10.48077/scihor6.2023.121>. (1,04/0,5 ум. друк. арк. Особистий внесок автора: удосконалення стратегії забезпечення конкурентоспроможності виробників органічної продукції).

1.2. У наукових фахових виданнях України:

2. Коценко М. С. Основні джерела та чинники формування конкурентних переваг органічної продукції. *Бізнес-навігатор*. 2022. Вип. 1(68). С. 61–66. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.68-10>. (0,54 ум. друк. арк.).

3. Коценко М. Еволюція розвитку конкурентних переваг органічної продукції. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*. 2021. № 3(89). С. 24–30. DOI: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2021.3.4>. (0,83 ум. друк. арк.).

4. Коценко М. С. Інституційні засади функціонування виробників органічної продукції та розвитку їх конкурентних переваг в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Вип. 76. С. 110–116. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.76-15>. (0,75 ум. друк. арк.).

5. Коценко М. С. Методичні підходи до оцінки конкурентних переваг органічної продукції. *Економіка та суспільство*: електронний фаховий журнал. 2021. Вип. 24. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-26>. (0,79 ум. друк. арк.).

6. Коценко М. С. Конкурентні переваги у системі забезпечення конкурентоспроможності органічної продукції. *Науковий вісник Херсонського*

державного університету. Сер. Економічні науки. 2021. Вип. 43. С. 44–50. DOI: doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-43-07. (0,75 ум. друк. арк.).

1.3. Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Коценко М.С. Основні підходи до визначення конкуренції. *Світ економічної науки: зб. Міжнародної наук.-практ. конф.*, 20 грудня 2019 р. Тернопіль, 2019. Вип. 19. С. 14–16. (0,12 ум. друк. арк.).

8. Коценко М.С. Особливості факторів забезпечення конкурентних переваг органічної продукції. *Пріоритетні напрями розвитку економіки: наукові дискусії* : зб. матер. Всеукраїнської наук.-практ. конф., 22 травня 2020 р. Житомир, 2020. С. 23–27. (0,2 ум. друк. арк.).

9. Kotsenko M.S. Competitive advantages of organic products: the essence and sources of their formation. *International Scientific Conference Relevant Trends of Scientific Research in the Countries of Central and Eastern Europe* : Conference Proceedings, 20th November, 2020. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2020. P. 93–95. (0,12 ум. друк. арк.).

10. Коценко М.С. Сільські території як просторова локація виробництва органічної продукції в ЄС. *Механізми управління розвитком територій* : зб. наук. праць. Житомир : Поліський нац. університет, 2020. С. 254–258. (0,16 ум. друк. арк.).

11. Коценко М.С. Соціальна направленість виробництва органічної продукції в Україні. *Органічне виробництво і продовольча безпека: зб. праць учасників ІХ Міжнародної наук.-практ. конф.*, 27–28 травня 2021 р. Житомир : Поліський нац. університет, 2021. С. 189–197. (0,33 ум. друк. арк.).

12. Коценко М.С. Тенденції розвитку ринку органічної продукції у світі та перспективи для України. *Пріоритетні напрями розвитку економіки: наукові дискусії: зб. наук. праць Міжнародної наук.-практ. конф.*, 27 квіт. 2021 р. Житомир : Поліський нац. університет, 2021. С. 42–47. (0,2 ум. друк. арк.).

13. Коценко М.С. Тенденції розвитку органічного виробництва в Житомирській області. *Реформування економічної системи в контексті міжнародного співробітництва: механізми, стратегії та інновації*: матеріали доповідей міжнар. наук.-практ. конф, 10–11 вересня 2021 р. / Ужгород. нац. ун-

т, Ф-т міжнар. екон. відносин, Нац. ін-т стратег. дослідж. України. Ужгород : Гельветика, 2021. С. 38-41. (0,16 ум. друк. арк.).

14. Методика оцінювання конкурентних переваг органічної продукції. *Основні принципи, напрями та завдання економічного розвитку країн* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 18 грудня 2021 р. Київ : Таврійський нац. університет ім. В.І. Вернадського, 2021. С. 42–46. (0,16 ум. друк. арк.).

15. Ткачук В.І., Коценко М.С. Інституційне середовище виробництва органічної продукції в Україні. *Органічне виробництво і продовольча безпека* : збірник праць учасників X Міжнародної наук.-практ. конф., 21–22 квітня 2022 р. Житомир : Поліський нац. університет, 2022. С. 422–425. (0,2/0,12 ум. друк. арк. Особистий внесок автора: пропозиції щодо удосконалення інституційного середовища виробників органічної продукції в Україні).

16. Коценко М.С. Особливості сертифікації та маркування органічної продукції в Україні. *Проблеми виробництва і переробки продовольчої сировини та якість і безпечність харчових продуктів* : матеріали IV Міжнародної наук.-практ. конф., присвяченої 100-річчю Поліського національного університету, 16 червня 2022 р. Житомир : Поліський нац. університет, 2022. С. 79–82. (0,2 ум. друк. арк.).

17. Коценко М.С. Проблеми, напрями та перспективи розвитку органічного виробництва в Україні у післявоєнний час. *Управління економічними процесами на макро- і мікрорівні: проблеми та перспективи вирішення* : матеріали V Міжнародної наук.-практ. інтернет-конференції молодих учених, 25–26 травня 2022 р. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2022. 328 с. (0,08 ум. друк. арк.).

18. Коценко М.С. Концептуальні засади формування конкурентних переваг виробників органічної продукції на зовнішніх ринках. *Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції*: зб. тез VI Всеукраїнської наук.-практ. конф., 7–8 груд. 2022 р. / Львів. нац. університет природокористування. Дубляни, 2022. С. 56–58. (0,12 ум. друк. арк.).

19. Коценко М.С. Конкурентне середовище виробників органічної продукції в Україні: основні тенденції та перспективи розвитку. *Ukraine*,

Bulgaria, EU: Economic and Social Development Trends : materials VI International Scientific and Practical Conference (Burgas, Bulgaria, 26 August, 2022). Burgas : Avangard Prima, 2022. P. 38–45. (0,25 ум. друк. арк.).

20. Kotsenko M.S. Organic production as one of the tools for ensuring the principles of sustainable development. *Development in Wartime Ukraine and the World* : multidisciplinary conference for young researchers (Prague, Czech Republic, November 25, 2022). Prague, 2022. P. 52–53. (0,08 ум. друк. арк.).

21. Коценко М.С. Особливості та перспективи розвитку органічного землеробства у Житомирській області. *100-річчя Поліського національного університету: здобутки, реалії, перспективи* : зб. праць учасників Міжнар. наук.-практ. конф., 1 листоп. 2022 р. Житомир : Поліський нац. університет, 2022. С. 284–286. (0,12 ум. друк. арк.).

22. Ткачук В.І., Коценко М.С. Європейський досвід державної підтримки виробництва органічної продукції. *Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів* : матеріали збірника Всеукраїнської наук.-практ. конф., 1 лютого 2023 р. Житомир : Поліський нац. університет, 2023. С. 290–296. (0,25/0,12 ум. друк. арк. Особистий внесок автора: аналіз досвіду країн Європи підтримки органічного виробництва).

23. Коценко М.С. Органічне виробництво в Україні: реалії та перспективи розвитку. *Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів* : матеріали збірника Всеукраїнської наук.-практ. конф., 1 лют. 2023 р. Житомир : Поліський нац. університет, 2023. С. 365–369. (0,16 ум. друк. арк.).

1.4. Опубліковані праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

24. Концептуальні засади управління конкурентними перевагами органічної продукції. *Сталий розвиток економіки: світовий досвід та перспективи України* : монографія / за ред. В. І. Ткачука. Житомир : Поліський нац. університет, 2021. С. 20–30. (0,41 ум. друк. арк.).