

# ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 338.431.2  
JEL Classification: E61; O13; Q57

## СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНОГО АГРОБІЗНЕСУ

©2020 ГЕРАСИМЕНКО Ю. С., ВЕЛІЄВА В. О., ОСТАПЕНКО Р. М.

УДК 338.431.2  
JEL Classification: E61; O13; Q57

Герасименко Ю. С., Велієва В. О., Остапенко Р. М.

### Стратегічні напрями формування механізму державного стимулювання розвитку екологічно орієнтованого агробізнесу

Мета статті полягає в розробці концептуальних засад формування стратегічних напрямів державної підтримки екологічно орієнтованого аграрного бізнесу в Україні. Підкреслено, що органічне виробництво в різних країнах світу має значну державну підтримку. Крім того, фермери розглядають виробництво органічної продукції як фактор, який знижує ризики та дозволяє стабілізувати ціни на готову продукцію. Кожна країна при цьому має і свої власні особливості в організації державної підтримки. У деяких регіонах Франції можна отримати субсидії для компенсації витрат на сертифікацію та інспектування, розмір яких також залежить від регіону. У доповнення до субсидій виробники органічної сільськогосподарської продукції можуть також звертатись за податковим кредитом. У Франції існує відповідна методика, яка дозволяє компенсувати втрати фермерів від переходу до органічного виробництва як за окремими витратами, так і за величиною прибутку. У США Агентство сільськогосподарських послуг (FSA) фінансує перетворення фермерського господарства на органічне виробництво і компенсує всі витрати, зв'язані з цим виробництвом. Наводяться конкретні приклади державної підтримки органічного виробництва в Китаї, Таїланді, Шрі-Ланці. В Україні пропонується державну підтримку екологічно орієнтованого виробництва зосередити на трьох ключових блоках. Вона повинна охоплювати як підтримку, по-перше, споживачів, через розширення попиту, по-друге, формування механізму дотацій виробникам продукції. В третій окремий блок питань повинен включати в себе стратегічні заходи з формування іміджу органічної продукції на ринку. По кожному блоку були виділені конкретні заходи, які можуть бути запроваджені урядом. Запропоновано здійснити поділ екологічно орієнтованої продукції на дві групи: зелена продукція, яка вироблена без застосування хімічних речовин, та сертифікована органічна продукція. Особливо наголошується на необхідності розвитку зеленого туризму в Україні.

**Ключові слова:** органічне виробництво, екологічно орієнтований агробізнес, державна підтримка, сертифікація органічної продукції, зелена продукція, зелений туризм.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-4-364-375>

Рис.: 2. Бібл.: 42.

**Герасименко Юлія Сергіївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри статистики і економічного аналізу, Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва (п/в Докучаєвське-2, Харківська обл., Докучаєвське, 62483, Україна)

E-mail: [gerasimenkou04@gmail.com](mailto:gerasimenkou04@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8888-7472>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/4036400/Herasymenko-yulia/>

**Велієва Вікторія Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри статистики і економічного аналізу, Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва (п/в Докучаєвське-2, Харківська обл., Докучаєвське, 62483, Україна)

E-mail: [v.velieva@ukr.net](mailto:v.velieva@ukr.net)

**Остапенко Роман Миколайович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри статистики і економічного аналізу, Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва (п/в Докучаєвське-2, Харківська обл., Докучаєвське, 62483, Україна)

E-mail: [rm\\_ostap@ukr.net](mailto:rm_ostap@ukr.net)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5976-5871>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/3750283/roman-ostapenko/>

UDC 338.431.2  
JEL Classification: E61; O13; Q57

### Herasymenko Y. S., Velieva V. O., Ostapenko R. M. Strategic Directions of Forming a State Mechanism to Stimulate the Development of Environmentally Sensitive Agribusiness

The purpose of the article is to develop conceptual foundations for the formation of a state mechanism to stimulate the development of environmentally sensitive agribusiness in Ukraine. It is emphasized that organic production in other countries receives significant state support. In addition, farmers view growing organic products as a factor that reduces risks and stabilizes prices for end products. Still, every country has its own specific features of providing state support. In some regions of France, subsidies can be obtained to cover the costs for certification and inspection, whose volume also varies from region to region. In addition to subsi-

dies, producers of organic agricultural products can also apply for a tax credit. France has a method that compensates for the farmers' losses from their transition to organic production, both in terms of individual costs and the profit margin. In the United States, the Agricultural Services Agency (FSA) funds the conversion of a farm to organic production and reimburses all the expenses associated with that production. Specific examples of state support for organic production in China, Thailand, Sri Lanka are given. In Ukraine, state support for environmentally friendly production is suggested to be grounded on three key blocks. Firstly, it should expand the demand and thus support consumers. Secondly, the state should design a support mechanism for producers. Thirdly, a separate set of issues should include strategic measures to shape the image of organic products in the market. For each set, specific measures have been identified that can be implemented by the government. It is suggested to divide ecologically oriented products into two groups: green products, which are produced without using chemicals; and certified organic products. The necessity to develop green tourism in Ukraine is also emphasized.

**Keywords:** certification of organic products, environmentally sensitive agribusiness, green products, green tourism, organic production, state support.

**Fig.: 2. Bibl.: 42.**

**Herasymentko Yuliia S.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Statistics and Economic Analysis, Kharkiv National Agrarian University named after V. V. Dokuchaev (Dokuchaievskе-2, Kharkiv region, Dokuchaievskе, 62483, Ukraine)

**E-mail:** gerasimenkou04@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-8888-7472>

**Researcher ID:** <https://publons.com/researcher/4036400/Herasymentko-yulia/>

**Velieva Viktoriya O.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Statistics and Economic Analysis, Kharkiv National Agrarian University named after V. V. Dokuchaev (Dokuchaievskе-2, Kharkiv region, Dokuchaievskе, 62483, Ukraine)

**E-mail:** v.velieva@ukr.net

**Ostapenko Roman M.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Statistics and Economic Analysis, Kharkiv National Agrarian University named after V. V. Dokuchaev (Dokuchaievskе-2, Kharkiv region, Dokuchaievskе, 62483, Ukraine)

**E-mail:** rm\_ostap@ukr.net

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-5976-5871>

**Researcher ID:** <https://publons.com/researcher/3750283/roman-ostapenko/>

**Вступ.** Незважаючи на відносно незначну історію, екологічно орієнтований агробізнес засвідчив необхідність свого існування, як з економічної доцільності, так і з екологічної та соціальної складової. Якість життя, рівень здоров'я нації в знаній мірі визначається як якістю продуктів харчування, так і рівнем забруднення навколишнього середовища. У країнах з демократичними принципами політики не можуть не звертати увагу на ці складові. Поширення виробництва екологічно орієнтованої продукції дозволяє значною мірою вирішувати зазначені проблеми. Крім того, виробництво органічної продукції розглядаються фермерами як фактор, який знижує ризики та дозволяє стабілізувати ціни на готову продукцію [1]. Зокрема, в Нікарагуа опитування фермерів показало, що, з їх точки зору, перехід до органічного виробництва кофе можна розглядати як фактор, який може забезпечити стабільну цінову премію в умовах хаотичного ринку.

У В'єтнамі уряд намагається подолати бідність мешканців дельти Меконгу, пропонуючи їм займатися виробництвом органічних креветок [2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Польські дослідники також дійшли висновку, що державні підтримка органічного виробництва об'єктивно необхідна [3]. За їх даними, ефективність використанні землі за величиною доданої вартості в звичайних підприємствах вища на 30–64 %, ніж в органічних, що ставить останні в нерівні умови. Однак М. Ігнатенко та Н. Новак вважають, що державна підтримка органічного виробництва в Польщі вже доволі суттєва [4]. За їх даними, органічні підприємства в Польщі додатково отримували у 2010 р. еквівалент 127 дол. США за 100 га оранки, 42 дол. США за 1 га пасовищ і майже 157 дол. США за 1 га багаторічних насаджень. Уряд також

частково компенсував вартість сертифікації «органічних» підприємств. Однак це менше ніж в Ірландії, де фермерські господарства площею менше 3 га отримували підтримку від держави на рівні 242 євро/га у перехідний період та 121 євро/га при придбанні статусу «органічний». Сільськогосподарські виробники, які мали площу земель від 3 до 40 га, отримували підтримку на рівні 181 та 91 євро/га відповідно.

Що стосується України, то проблеми державної підтримки органічного виробництва також обговорюються вченими. Марениченко В. серед перспективних галузей економіки, які потребують державної підтримки, виділяє розвиток зеленого туризму та просування органічної продукції на зовнішні ринки [5]. Це, на думку автора, дасть можливість збільшити як експорт продукції, так і її виробництво. Подібної точки відносно перспектив розвитку експортного напрямку органічного виробництва дотримуються також інші автори. Однак при цьому робиться уточнення відносно збільшення ніші експорту в європейські країни, оскільки Україна має відкритий, великий регіональний ринок (завдяки зоні вільної торгівлі) та певним чином встановленим торговим відносинам з деякими європейськими імпортерами, а ЄС має економічний інтерес до розвитку органічного виробництва в Україні [6]. Таким чином, створення дієвого механізму органічного виробництва може призвести до збільшення експорту, а отже, надходження валюти до країни.

Л. Мармуль вважає, що підтримку органічного виробництва повинна здійснювати не тільки держава, а всі інститути суспільства, які підрозділяються на формальні та неформальні [7]. Серед перших авторів виділяють процедуру організації стандартизації та сертифікації, лі-

цензування, екологічного аудиту та моніторингу, систему субсидіювання та штрафні санкції, кредитування та оподаткування, страхування та компенсації. До другої групи авторів відносять громадський контроль, освіту та виховання, екологічну самосвідомість, професійну самосвідомість, етику та мораль, культурні цінності. Відповідним чином всі ці інституції необхідно цілеспрямовано розвивати у напрямку просування формування відповідної філософії щодо цінності органічної продукції, її позитивного впливу на здоров'я людини, а процесу виробництва – на екологію навколишнього середовища.

Водночас потребують подальшого дослідження напрями державної підтримки екологічно орієнтованого аграрного бізнесу. При цьому необхідно створити дієву систему цієї підтримки, яка, з одного боку, не була бюрократизована, а з іншого – створювала перцюючі механізми державної підтримки виробників еколого орієнтованої продукції.

**Мета** статті полягає в розробці концептуальних засад формування стратегічних напрямів державної підтримки екологічно орієнтованого аграрного бізнесу в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із реальних заходів підтримки органічного виробництва є різні державні програми. Ця проблема також має широке наукове обговорення. Зокрема, підкреслюються, що державна підтримка органічного виробництва існує в багатьох країнах у межах стратегій його розвитку [8]. Так, у ЄС існує різнопланова програма державної підтримки органічного виробництва, яка включає такі програми:

- 1) прямих платежі; згідно з новою Спільною аграрною політикою починаючи з 2015 року всі країни – члени ЄС повинні використовувати 30 % прямих платежів для фінансування практики сталого розвитку;
- 2) фінансова підтримка перетворення звичайного сільського господарства на органічне відповідно до програм розвитку сільських територій (2014–2020 рр.);
- 3) підвищення рівня обізнаності щодо органічного землеробства згідно з метою сприяння «зеленому розвитку»;
- 4) фінансування шкільних фруктів та овочів (SFVS) та схема шкільного молока (SMS);
- 5) фінансування організації торгівлі (міжнародної торгівлі) з метою підвищення обізнаності європейських споживачів про органічну продукцію, системи контролю якості та формування знань споживачів та визнання органічного логотипу;
- 6) наукові дослідження та інновації. Європейське сільськогосподарське інноваційне партнерство [9].

Це загальні програми на рівні Європейського Союзу. Однак кожна країна при цьому має і свої власні особливості в організації державної підтримки. Так, у деяких регіонах Франції можна отримати субсидії для компенсації витрат на сертифікацію та інспектування, розмір яких також залежить від регіону. У доповнення до субсидій виробники органічної сільськогосподарської продукції можуть також звертатись за податковим кредитом, проте його не можна отримати одночасно з виплатами на підтримку ведення

органічного виробництва [10]. У Франції також існує відповідна методика, яка дозволяє компенсувати втрати фермерів від переходу до органічного виробництва, як за окремими витратами, так і за величиною прибутку. Зокрема, на 2015–2020 рр. передбачено допомогу органічним підприємствам на рівні 900 євро/га для садівництва та цукрового буряка, 300 євро/га – при виробництві однорічних трав, 450 євро/га – овочевих культур, 350 євро/га – винограду, 130 євро/га – для штучних сінокосів, 44 євро/га – для природних сінокосів, 900 євро/га – лікарських і парфумерних культур [11]. Подібні виплати, безумовно, не можливі в Україні внаслідок об'єктивних умов. Водночас вони можуть бути використані як принцип підтримки виробників.

У США Агентство сільськогосподарських послуг (FSA) фінансує перетворення фермерського господарства на органічне, витрати на нерухомість, обладнання, страхування, створення буферних зон, експлуатаційні витрати, витрати на обладнання для зберігання та переробки, відшкодування втрат врожаю, витрат на воду та землю, збереження ресурсів, картографування полів і звітність. Тобто доволі широка програма різних заходів. Відносно України автори роблять висновок, що, незважаючи на стрімкий розвиток органічного ринку, державна підтримка має бути зосереджена на сертифікації, фінансуванні навчальних та академічних програмах для виробників і споживачів; сприянні співпраці між агентами ланцюга поставок; імплементації органічного законодавства.

Цікавий досвід державної підтримки виробників органічної продукції в країнах ЄС за програмою шкільного молока та фруктів. Бюджетом ЄС на ці цілі передбачено відповідно 100 та 150 млн євро. При цьому перевагу при закупівлі продуктів мають саме виробники органічної продукції [12]. У межах цієї програми учні латвійських шкіл мали можливість отримувати безкоштовно склянку молока (до 250 мл) щодня завдяки національному співфінансуванню. Подібна практика не тільки дає можливість вирішувати проблеми якісного харчування школярів, а і приховано рекламувати органічну продукцію.

При просуванні органічної продукції існують і інші проблеми. Дослідження, яке спиралось на опитування 529 мешканців Бельгії відносно сприйняття органічної продукції, встановило, що переважна більшість опитуваних вважає органічні овочі більш небезпечними [13]. Однак у цьому випадку люди розуміють, що чітких наукових доказів стосовно безпечності органічної продукції для організму людини не існує, або проблема потребує більш детальних дослідження. Водночас виявлено, що здебільшого зацікавлені в органічній продукції споживачі старших вікових груп, сім'ї з маленькими дітьми. Сприйняття органічної продукції не залежить від статі, місця проживання (сільське чи міське), освіти та рівня доходу.

Як стверджують датські дослідники, досвід органічних закупівель свідчить, що у багатьох випадках мають місце бюрократичні перешкоджання на шляху реального вирішення цієї проблеми. Особисті уподобання та ставлення залучених бюрократів можуть відігравати важливу роль як на рівні муніципалітетів, так і на рівні закладів освіти [14]. Ця проблема, безумовно, матиме суттєве значення і в Україні.

Не тільки в розвинутих країнах світу існує державна політика щодо підтримки виробників органічної продукції. У Шрі-Ланці в 2016 році була прийнята програма «Нація, вільна від токсинів». Ця програма має трирічний термін, встановлює десять напрямків діяльності, спрямованих на поступове припинення дії токсичних хімічних речовин у сільському господарстві. В Індонезії державну підтримку отримують фермери, які займаються виробництвом органічного рису. Зокрема, державна допомога надається у формі створення центрів розвитку, сприяння сільсько-господарським машинам, польової школи з інтегрованого посіву та сертифікації органічних продуктів [15]. Цікаве дослідження було проведене шляхом опитування фермерів з острова Суматра в Індонезії. Виявилось, що 90 % опитаних вважають, що органічне землеробство може ймовірно зменшити дохід від сільського господарства, обсяги виробництва продукції, має складний маркетинг, є більш ризикованим, ніж звичайне сільське господарство, та має більший потенціал невдачі [16].

Подібні результати дещо суперечать тим, які було наведено нами вище відносно опитування фермерів Нікарагуа. Саме тому перехід до органічного виробництва вимагає особливої уваги не тільки від самих виробників, а і державних органів, відповідальних за розвиток аграрної сфери. Урядом Індії також прийнята програма розвитку органічного сектора, яка охоплює підтримкою 150 тис. фермерів. У Тайланді прийнята урядова політика щодо сприяння сталому сільському господарству та органічному сільському господарству. Зокрема, Міністерство суспільного здоров'я в Тайланді затвердило програму «Здоров'я для всіх», яка має поширювати інформацію відносно корисності органічної продукції [17].

У Китаї планується інвестувати близько 187 млн євро тільки на освіту та навчання фермерів відносно технологій ведення органічного сільського господарства протягом 2016–2020 років. Слід зазначити, що в Китаї існує власна система класифікації екологічної продукції, яка включає такі групи продукції за рівнем екологічної безпеки: небезпечна, зелена їжа та органічна [18]. Однак автори дослідження стверджують, що прихильність уряду до екологічного землеробства має поверхневий характер. Причина цього пов'язана, на їх думку, в обмеженій участі громадянського суспільства в прийнятті та обговоренні системи стандартів якості продуктів. Це, своєю чергою, викликає недовіру суспільства. Подібної точки зору притримувалися інші дослідники. Зокрема, це стосується такого продукту, як сухе молоко, де недовіра споживачів може мати суттєвий вплив на обсяги споживання [19].

Проблеми зі сприйняттям органічної продукції як особливої складової ринку харчових продуктів існують і в Австралії. За результатами дослідження, попит на цю продукцію повільно зростає, оскільки споживачі не сприймають ці продукти як такі, які мають особливі переваги перед звичайними продуктами [20]. Ця продукція набагато дорожча за традиційну продукцію. Крім того, клієнтів бентежать використання різної термінології, таких як органічна, зелена та екологічна при просуванні харчових продуктів. Проблема довіри споживачів розповсюджується не тільки на виробників овочів і фруктів, а і на продукти їх

переробки на промислових підприємствах [21]. Виходячи з цього державна підтримка потребує, в першу чергу, витрати на формування відповідної політики та ідеології у клієнтів відносно органічної продукції.

Таким чином, досвід як України, так і інших країн світу свідчить про те, що держава має бути активним гравцем на ринку органічної продукції.

Саме це відбувається в більшості країн, де органічне виробництво набуло розвитку та виступає як окрема складова ринку. Проведений огляд різних систем державної підтримки дозволяє нам сформулювати власний погляд відносно цієї ситуації. З нашої точки зору, державна підтримка екологічно орієнтованого бізнесу має охоплювати як підтримку споживачів через розширення попиту, так і формування механізму дотацій виробникам продукції. Окремий блок питань повинен включати в себе стратегічні заходи з формування іміджу органічної продукції на ринку (рис. 1).

Перший блок окреслює напрями підтримки виробників екологічно орієнтованої продукції. Він включає такі позиції:

- формування заходів щодо підтримки виробництва окремих культур і видів продукції;
- створення системи дорадчої служби для виробників;
- механізм державної підтримки підприємств на перехідний період;
- створення вітчизняної прозорої системи сертифікації з можливістю перевірки даних on-line;
- система податкових пільг для виробників.

Другий блок включає в себе заходи щодо формування попиту екологічно орієнтованого бізнесу:

- надання переваги органічним продуктам при проведенні тендерів щодо закупівлі продуктів для закладів освіти;
- законодавче закріплення вимог щодо наявності у великих супермаркетах відділів органічної продукції;
- підтримка експорту органічної продукції на зовнішні ринки;
- підтримка зеленого туризму.

Нарешті третій блок пропозицій включає стратегічні іміджеві заходи щодо популяризації екологічно орієнтованої продукції:

- проведення інформаційної політики щодо переваг органічних продуктів у закладах освіти;
- реклама та просування логотипів органічної продукції;
- ліцензування лабораторій щодо перевірки якості продукції.

Зупинимось більш детально на поясненні запропонованих заходів. З нашої точки зору, має бути деталізована політика підтримки тих виробників, які, по-перше, вирішили перейти до виробництва органічної продукції, по-друге державної підтримки потребують і вже сертифіковані виробники продукції. Фактично це має бути дві програми, кожна зі своїми умовами фінансування. При цьому вважаємо доречним запропонувати поділ екологічно орієнтованої продукції на дві групи:



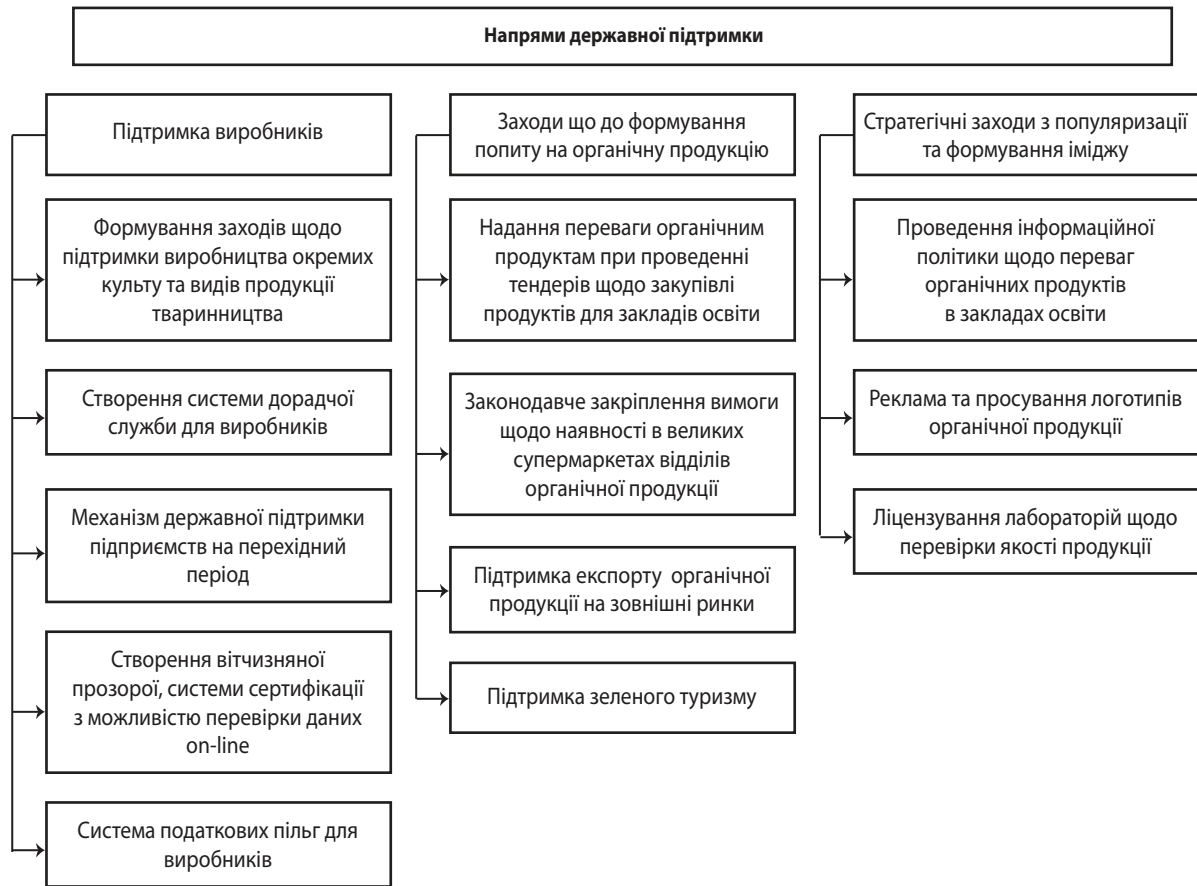


Рис. 1. Стратегічні напрями державної підтримки екологічно орієнтованого аграрного бізнесу в Україні

Джерело: авторська розробка

- зелена продукція, яка вироблена без застосування хімічних речовин;
- органічна продукція.

Перша група повинна вкласти в себе тих виробників, які знаходяться на перехідному етапі до отримання сертифіката на органічну продукцію. Тобто вони відмовились вже від застосування хімічних речовин при виробництві, однак не отримали ще офіційного статусу та права використовувати торгову марку органічної продукції (рис. 2).

У цьому випадку через запровадження додаткових витрат на підтримання родючості ґрунтів та боротьби з хворобами та шкідниками рослин, тварин держава може запропонувати партнерські програми. Одна з причин цього полягає в тому, що, за результатами наведеного нами вище опитування фермерів в Європі, багато з них вважають, що входження в органічний бізнес є ризиковою справою. Саме

тому дії держави повинні бути спрямовані на поширення впевненості виробників у початку справи переходу до виробництва органічної продукції. З нашої точки зору, при цьому мають бути розроблені програми за такими культурами та видам продукції:

- культури зернові та зернобобові;
- боби сої;
- насіння ріпаку й кользи;
- насіння соняшнику;
- картопля;
- культури овочеві відкритого ґрунту;
- культури овочеві закритого ґрунту;
- виноград;
- культури плодові;
- культури ягідні;
- жива маса приросту великої рогатої худоби;

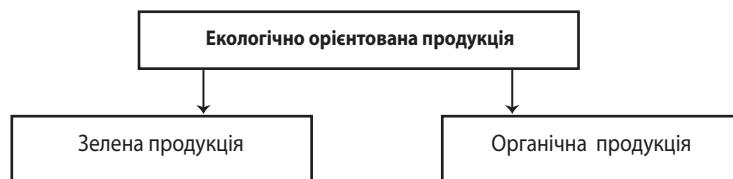


Рис. 2. Класифікація екологічно орієнтованої продукції

Джерело: авторська розробка

- жива маса свиней;
- молоко;
- яйця птиці.

Подібна конкретизація може дати можливість розширити коло зацікавлених виробників і сприятиме рекламі переходу до органічного виробництва.

Відносно створення системи дорадчої служби. У цьому випадку, з нашої точки зору, можливі два варіанта організації подібної служби. Перший – це створення незалежної структури, яка має бути представлена в Києві та 3–4 регіонах, які будуть обслуговувати декілька областей. Ця структура має бути компактною, включати в себе 5–6 спеціалістів з різних напрямів. Її бюджет на початковому етапі повинен формуватися за рахунок державних коштів, а через 2–3 роки повинні перейти на фінансування за рахунок спецфонду та відповідно госпдоговірних тем.

Інший напрям можливого функціонування дорадчої служби – це її інтеграція в систему Національної академії аграрних наук. У цьому випадку повинні бути визначені базові наукові установи, в яких можуть бути створені дорадчі групи в межах самої установи, або навіть відповідний відділ, якщо в цьому є реальна потреба. Фактично в межах НААН повинні бути оголошені тендери за відповідною тематикою, які стосуються виробництва органічної продукції. У подальшому ці відділи повинні набути статусу центрів дорадництва. Слід зазначити, що потреба в подібних центрах дуже суттєва. Як приклад можна навести історію переходу до органічного виробництва ТОВ «Лист-Ручки» Гадяцького району Полтавської області. Керівник цього підприємства Олександр Хоменко зазначає, що інтенсивні технології добре відомі, а як контролювати бур'яни, шкідників, чим удобрювати землю при органічному виробництві – виникає багато питань. [22]. Для того щоб реально запровадити органічне землеробство, керівництво вимушене було запрошувати в господарство для консультацій різних експертів, послуги яких коштують значних фінансових ресурсів.

Відносно підтримки виробників на перехідний час. Зазвичай перехідний період може тривати 2–3 роки [23]. При цьому слід мати на увазі, що органічне виробництво може бути сертифіковане по різних культурах через різний період часу після припинення внесення хімікатів. Так, по однорічних культурах – не раніше ніж через два роки, по багаторічних культурах (крім фуражних) – щонайменше протягом трьох років; кормових культурах, луках і пасовищах чи багаторічних фуражних культурах – через два роки. На цей час виробник перестав отримувати додаткові доходи через зменшення рівня інтенсивності виробництва та через ризики виникнення проблеми бур'янів, хвороб рослин або тварин, шкідників. Один з можливих шляхів вирішення цієї проблеми – це запровадження на вітчизняному ринку нової категорії товарів «зелена продукція». Ця категорія має бути законодавчо закріплена. Про це йшлося у першому пункті. Конкретні методичні підходи будуть нами запропоновані в подальшому дослідженні.

Відносно пропозицій щодо створення прозорої системи сертифікації органічної продукції. Відповідно до Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної про-

дукції» виробники органічної продукції зобов'язані щороку проходити сертифікацію органічного виробництва для підтвердження відповідності вимогам законодавства [24]. Цей закон набув чинності зовсім недавно – 2 серпня 2019 року. Поки що реальна працююча та міжнародно визнана система сертифікації в Україні, на жаль, відсутня. Найбільш відомий вітчизняний сертифікат на органічну продукцію надає ТОВ «Органік стандарт». Компанія була створена в рамках українсько-швейцарського проекту «Органічна сертифікація та розвиток органічного ринку в Україні» в 2007 році. При цьому зазначається, що цей сертифікат включено в офіційний перелік сертифікаційних органів, визнаних у Європейському Союзі та Швейцарії [25]. Відповідно, ми маємо можливість запропонувати вам спрощену систему експорту органічної продукції в країни ЄС.

Наразі компанія здійснює сертифікацію у всіх регіонах України та в Республіці Білорусь. Крім того, проводить інспекційні роботи в Казахстані в партнерстві з міжнародними органами сертифікації. Водночас, як свідчить досвід конкретних підприємств, реальний вихід на Європейські ринки пов'язаний з необхідністю мати сертифікати від конкретних компаній. Зокрема, як приклад можна навести досвід ПСП ім. Т. Г. Шевченка, яке, маючи сертифікат «Органік стандарт», отримало ще сертифікат нідерландської компанії Control Union Certifications. Однак, як зазначає директор підприємства Володимир Метельський, для виходу на ринки Німеччини або Швейцарії цього виявилось недостатньо [26]. Компанія вимушена була пройти додаткову сертифікацію згідно з вимогами німецької асоціації Naturland. Найбільш поширеним і відомим логотипом, який засвідчує приналежність товару до органічних продуктів, є їх маркування знаком «EU organic logo». Цей знак прийнятий у країнах ЄС з 1 липня 2010 року.

Слід зазначити, що 22 лютого 2019 Міністерством аграрної політики та продовольства України Наказом № 67 «Про затвердження державного логотипа для органічної продукції» було затверджено державний логотип органічної продукції. Відповідно до проекту «Методичні рекомендації щодо застосування законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», центральний орган якого здійснюватиме виконавчу владу, реалізує державну політику у сфері безпечності та окремих показників якості харчових продуктів; вести Перелік органів іноземної сертифікації та здійснювати контроль (нагляд) за суб'єктами ринку повинна Держпродспоживслужба [27]. Своєю чергою, державним органом, який буде визначати порядок акредитації у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції відповідно до однієї чи кількох галузей, має стати Національне агентство з акредитації України. Видача сертифікатів відповідним агентством дає право виробнику використовувати маркування продуктів як «органічний» і наносити логотип державного зразка [28]. При цьому продукт повинен відповідати таким вимогам:

- 1) продукт вироблений відповідно до вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції;
- 2) містить не менше ніж 95 % органічних інгредієнтів сільськогосподарського походження;

- 3) містить не більше 5 % неорганічних інгредієнтів, внесених до Переліку речовин, що дозволяється використовувати у процесі органічного виробництва;
- 4) органічне виробництво такого продукту підтверджується сертифікатом [28]. Однак поки що це лише проєкт.

З нашої точки зору, альтернативою цьому підходу може бути варіант, коли самі виробники об'єднуються в суспільну асоціацію і використовують власний логотип органічного виробництва. При цьому цей логотип повинен визнаватись і за кордоном. Саме це може бути вирішальним фактором його поширення серед зацікавлених осіб. Головою умовою при цьому є довіра споживачів до цього знаку, його впізнаваність.

Як зазначав Голова Держпродспоживслужби Володимир Лапа очікується, що після закінчення перехідного періоду в Україні функціонуватимуть 15–20 органів сертифікації і 600 виробників органічної продукції [29]. Ще раз підкреслимо, що, з нашої точки зору, в Україні повинно бути два конкуруючих між собою логотипи органічної продукції: державного та приватного зразка. Мати право присвоювати цей логотип мають сертифіковані компанії, які внесені до відповідного реєстру. Подібна система дасть можливість уникнути монополізації та державної бюрократизації в здійсненні сертифікаційних процедур.

Відносно системи податкових пільг. У цьому випадку вважаємо доречним застосування таких пільг. По-перше, на перехідний період підприємство може отримати пільгову ставку земельного податку в розмірі 50 % від звичайної. По-друге, податкова підтримка можлива також через запровадження зниженої ставки ПДВ. Верховна Рада 17 вересня 2020 року прийняла постанову щодо прийняття за основу проєкту Закону України про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції [30]. Цим законом передбачено зниження ставки ПДВ щодо імпорту окремих видів сільськогосподарської продукції. Ставка ПДВ при цьому дорівнюватиме 14 %. Подібну ставку можна запровадити і для виробників органічної продукції. При цьому автори законопроєкту обґрунтували цю необхідність тим, що в європейських країнах сільськогосподарська галузь платить ПДВ повністю до бюджету, але вона, своєю чергою, має пільгову (знижену) ставку оподаткування ПДВ. Відповідно до ст. 98 Директиви Ради 2006/112/ЄС про спільну систему податку на додану вартість для запобігання виникненню структурної невірності у Співтоваристві та викривленню конкуренції в деяких напрямках діяльності, внаслідок застосування Державами-членами різних стандартних ставок ПДВ, встановлюється мінімальна стандартна ставка в розмірі 15 % з можливістю перегляду. Держави – члени ЄС можуть застосовувати одну або дві знижених ставки. Знижені ставки встановлюються як відсоткова ставка бази оподаткування, котра не може бути нижчою 5 %, однак для ряду країн встановлені винятки до окремих товарів, робіт і послуг. Країнами, що використовують знижені ставки при оподаткуванні ПДВ сільськогосподарської діяльності та її продукції, є Польща (передбачена знижена ставка 5 %

для сільськогосподарської продукції), Угорщина (18 % – на молоко) [31]. Таким чином, впровадження пільгової ставки ПДВ може стати додатковим стимулом для виробників органічної продукції та забезпечити їх додатковий фінансовий ресурс.

Що стосується другої групи заходів, а саме формування попиту на органічну продукцію, то у цьому вважаємо дуже правильним підхід, коли державою запроваджуються окремо фінансування на закупівлю харчування для закладів освіти окремо для органічних продуктів. Досвід країн ЄС свідчить, що таке фінансування може як забезпечити ринок збуту органічної продукції, так і виступати як додаткова реклама. Вважаємо доречним запровадження в Україні окремих програм закупівлі органічних продуктів, а саме:

- органічних круп;
- органічної олії;
- молоко;
- овочів, плодів, ягід.

У даному випадку місцеві громади повинні передбачати подібні закупівлі в бюджеті і окремо їх виділяти. В разі якщо місцеві виробники не в змозі виконати ці замовлення, то тоді попит повинен бути задавлений звичайними продуктами харчування.

Слід відмітити, що у розвинутих країнах, органічна продукція продається як правило, в окремих магазинах та відділах супермаркетах. Підкреслюється, що наявність відповідних відділів або секцій для торгівлі органічною продукцією є обов'язковою умовою для ефективності органічного виробництва [32]. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» жодним чином не регламентує це питання. З нашої точки зору, у цьому законі необхідно доповнити розділ VII «Обіг, маркування та реалізація органічної продукції» окремим пунктом відносно реалізації органічних продуктів у відповідних відділах або магазинах. Сьогодні органічні продукти на полицях знаходяться серед інших звичайних продуктів, що значною мірою дезорієнтує покупців.

Відносно підтримки експорту органічної продукції. За даними сайту «Organicinfo», у 2019 році обсяг експорту органічної продукції дорівнював 189 млн дол. [33]. Це, безумовно, не дуже значна величина з точки зору загального експорту продукції сільського господарства, хоча дуже суттєва, якщо порівнювати її з обсягами внутрішнього ринку, який дорівнював лише 23,4 млн дол. Таким чином, майже 89 % виробленої органічної продукції експортується. Виходячи з цього в сьогоденні реаліях підтримка експорту буде означати підтримку виробника цієї продукції. Серед регіонів, куди експортується органічна продукція, 85 % припадає на Європу та 12 % – на Північну Америку. На інші регіони припадає 3 % експорту. Таким чином, сьогодні питання експорту органічної продукції значною мірою обумовлені нашими відносинами з країнами Європейського Союзу. Підтримка експорту можлива на шляху визнання вітчизняних сертифікатів, ліквідації квот і мита.

Відносно напрямку розвитку зеленого туризму в поєднанні зі звичайним виробництвом. У цьому випадку подібний туризм можливий не тільки для ековиробників,



а і для звичайних компаній. Однак фермери, які орієнтовані на екологічну продукцію, також будуть мати в цьому випадку свої переваги. Слід зазначити, що в світі подібний різновид туризму доволі поширений як в Європі, так і США. Так, у США ця галузь має державну підтримку, в тому числі інформаційну, через розміщення відповідної інформації на сайті Національної сільськогосподарської бібліотеки, яка є підрозділом уряду США [34]. У США відпочинок на фермах, особливо сімейних, давно став вигідним бізнесом. Вартість проживання коливається від \$ 50 до \$ 400 за ніч або добу [35]. Серед послуг, які пропонують фермери, туристами зазначаються такі:

- відпочинок серед озер, на яких можна покататися на човнах і порибалити. Після прогулянок ви зможете відпочити на веранді і поспостерігати за птахами, такими як ібіси, скопи й орли;
- проживання в будинку, з вікон якого відкривається чудовий вид на ферму. У розпорядженні гостя 75 акрів землі. Тут ви зможете не тільки поніжитися в гамаку, а й виконати роботу по господарству;
- ви з дітьми зможете пограти і погодувати кіз і курчат, зібрати плоди з дерев та овочі з поля. А потім – відпочити на ганку з видом на поле соняшників;
- на фермі ви знайдете і лам, і свиней: ви зможете не тільки пограти з ними, а й взяти участь у прибиранні їх будинків. Саме тут діти зможуть дізнатися про тяжке становище тварин у всьому світі;
- ви прокинетесь в своєму затишному будиночку, сніданок буде чекати вас біля дверей: свіжі яйця, тільки що з-під курей, картопля хеш, яблучна сальса і міцна кава з молоком;
- ферма, яка допоможе жителю міста перетворитися на фермера за один день. Котедж знаходиться серед 500 гектарів лісу, де можна знайти дику чорницю, лікарські трави й інші рослини. Тут ви дізнаєтеся, як годувати свиней, що таке бджільництво, і переконайтеся, що на фермі дійсно виробляють свіжі молочні продукти;
- ви з дітьми зможете самостійно зібрати яйця з-під курей і видоїти корову, щоб з цих продуктів приготували ваш власний сніданок [36].

Таким чином, зелений туризм для всіх охочих дуже часто у США пропонує не тільки полюбуватися природою та відпочити, а і взяти безпосередню участь у процесі виробництва на фермі. Існує навіть спеціальна асоціація, яка має назву «Добровільні працівники на органічних фермах», або WWOOF, яка була заснована ще у 1971 році та об'єднує фермерів різних країн [37]. Ця асоціація зв'язує відвідувачів із органічними фермерами, сприяє культурному та освітньому обміну та формує світову спільноту, яка знає про екологічне землеробство та практику сталого розвитку. Суть цього процесу полягає в тому, що кожен бажачий може пожити на фермі, відчувати сільський спосіб життя, беручи участь у повсякденному житті, взамін надаючи допомогу фермеру. Станом на 2020 рік ця асоціація об'єднує 130 країн, 12000 фермерів і щороку має приблизно 100 тисяч клієнтів. Україна, на жаль, не входить до цієї асоціації.

Однією з причин цього є те, що в Україні сільський туризм поки що розвинутий дуже слабо. В цьому випадку – це особливий вид бізнесу, який вимагає і відповідного маркетингу, і немалих інвестицій, розвинутої транспортної інфраструктури та наявності відповідного споживача цих послуг. Вітчизняний туристичний бізнес вже зробив перші кроки в цьому напрямку. Так, у Верховній Раді на розгляді знаходиться законопроект «Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму» [38]. Цей законопроект прийнято в першому читанні, однак подальше його просування починаючи з вересня 2017 року припинилось. Хоча прийняття цього закону сприяло би підвищенню зайнятості сільського населення, рівня його доходів, а також розвитку туристичної інфраструктури та комплексному розвитку сільських населених пунктів.

Незважаючи на це, розвиток сільського туризму має місце. Існує асоціація «Всеукраїнська громадська неприбуткова організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» [39]. Ця асоціація включає в себе станом на жовтень 2020 року 439 членів. Члени цієї асоціації отримують знак і сертифікат «Українська гостинна садиба» та екомаркування «Зелена садиба»: ці сертифікати вже мають 210 власників у 21 області, у тому числі 96 базового рівня, 38 – першого, 41 – другого, 35 – третього (найвищого) рівня; знак і сертифікат «Зелена садиба» мають 49 садиб у 7 областях, у тому числі першого рівня – 45, другого – 4 [39].

Є приклади також приватної ініціативи в розвитку цього напрямку. У Львівській області фермерське господарство «Меринос-Захід» Дрогобицького району пропонує всім бажачим приїхати всією сім'єю на екскурсію. На цій фермі функціонує дитячий екопарк нового покоління [40]. У Львівській області також функціонує сироварня, що виготовляє сири з молока корів породи «Джерсей». Туристів також запрошують подивитися, як готується сир і навіть погладити тварин, що зазвичай подобається і дітям, і дорослим. Фактично подібні екскурсії виступають як своєрідна реклама. Однак ці випадки скоріше виключення з правил, ніж реальність бізнесу.

Хоча підкреслюється, що потенціал розвитку сільського туризму в Україні величезний. У сільській місцевості нараховується близько 200000 садиб, які могли би надавати високоякісні послуги у сфері сільського туризму. Загальний обсяг потенційного доходу від розвитку сільського туризму в Україні, за оцінками експертів, може перевищувати 500 млн грн на рік [41].

Державна політика з точки зору підтримки сільського туризму може будуватись на двох напрямках:

- надання льотного кредиту через компенсацію відсотків для проведення капітальних інвестицій;
- інформаційна підтримка через розповсюдження інформації на сайтах державних структур.

Третій блок заходів державної підтримки спрямований на проведення політики популяризації та формування іміджу. Вони можуть включати в себе такі заходи:

- проведення інформаційної політики щодо переваг органічних продуктів у закладах освіти;



- реклама та просування логотипів органічної продукції;
- ліцензування лабораторій щодо перевірки якості продукції.

Що стосується першого пункту, то формування світогляду школярів повинно, з нашої точки зору, обов'язково включати в себе і уявлення про екологічну продукцію. Це один із базових елементів здорового способу життя, який є пріоритетом будь-якої цивілізованої держави. Подібна практика повинна включати в себе наявність стенду відповідної тематики в школі, включення уроків з проблем органічної продукції в межах навчального предмета «Основи здоров'я». Поки що програма цього курсу подібної тематики не передбачає.

Відносно реклами органічної продукції. Законом України «Про рекламу», а саме статтю 12 було введено поняття соціальної реклами [42]. Відповідно до цієї статті соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця (крім випадків, коли рекламодавцем є громадське об'єднання чи благодійна організація), на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами, крім реклами національних фільмів.

З нашої точки зору, реклама органічної продукції як окремого виду продукції дуже чітко підпадає під поняття соціальної реклами. На жаль, поки практика подібної реклами саме по органічній продукції в Україні нам не відома.

Також держава повинна вжити заходів по створенню доступних лабораторій, які можуть перевіряти продукцію на відповідність органічним стандартам. У цьому випадку йдеться не про лабораторії компаній, які надають сертифікат виробника органічної продукції, а саме лабораторій, які можуть за бажання виробника перевірити його продукцію. Справа в тому, що експорт продукції вимагає наявності не тільки відповідних документів, а і реальної якості продукції, яка повною мірою відповідає стандартам. Можлива ситуація, коли з різних причин продукція має відхилення цих стандартів. Це, своєю чергою, може негативно вплинути на імідж всіх експортерів з України. Саме для мінімізації подібних ситуацій необхідно відкриття подібних лабораторій.

**Висновки.** Одним із реальних заходів підтримки органічного виробництва є різні державні програми. Зокрема, в країнах Європейського Союзу державна підтримка виробників органічної продукції має комплексний характер. Вона включає в себе прямі платежі виробникам, фінансову підтримку перетворення звичайного сільського господарства на органічне, закупівлю органічної продукції для шкіл, програму підвищення обізнаності населення, наукові дослідження. У США також здійснюється фінансування програм перетворення фермерського господарства на органічне. В інших країнах також є відповідні програми підтримки підприємств у перехідний період і реклами переваг органічної продукції серед населення.

В Україні, як і в інших країнах світу, держава має бути активним гравцем на ринку органічної продукції з точки зору створення механізму його підтримки. Державна під-

тримка екологічно орієнтованого бізнесу повинна охоплювати виробників, включати заходи щодо формування попиту на органічну продукцію та стратегічні заходи з популяризації та формування іміджу цієї продукції. По кожному з цих блоків пропонуються конкретні заходи та програми дії, підкреслюється необхідність розробки подібних програм підтримки в розрізі конкретних культур і видів продукції. Крім того, органічне виробництво може і повинно бути доповнено різними, пов'язаними з ним напрямками бізнесу, зокрема сільським туризмом.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Bacon Ch. Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua? *World Development*. Elsevier. 2005. Vol. 33 (3). P. 497–511.
2. Tran Thi Phung Ha, Han van Dijk, Roel Bosma, Le Xuan Sinh. Livelihood capabilities and pathways of shrimp farmers in the mekong delta. Vietnam. *Aquaculture Economics & Management*. 2013. Vol. 17:1. P. 1–30.  
DOI: 10.1080/13657305.2013.747224
3. Błocisz Ju., Baer-Nawrocka A. Efficiency of Polish organic and conventional farms. *Studies in Agricultural Economics*. 2018. Vol. 120. Is. 1. No. 273118. URL: <https://EconPapers.repec.org/RePEc:ags:stagec:273118>
4. Ihnatenko M., Novak N. Development of regional programs for the development of agrarian enterprises with organic production on the basis of the european and international experience. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4 (4). P. 126–133.  
DOI: 10.30525/2256-0742/2018-4-4-126-133
5. Marenichenko V. Mechanisms of state regulation of small and medium businesses. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol. 2 (5). P. 41–47.  
DOI: 10.30525/2256-0742/2016-2-5-41-47
6. Bazaluk O., Yatsenko O., Zakharchuk O., Ovcharenko A., Khrystenko O., Nitsenko V. Dynamic Development of the Global Organic Food Market and Opportunities for Ukraine. *Sustainability*. 2020. Vol. 12. P. 6963.
7. Marmul L., Krukovskaya E. Certification of agrarian enterprises-producers of organic products in order to enter European markets. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4 (4). P. 209–216.  
DOI: 10.30525/2256-0742/2018-4-4-209-216
8. Kyrylov Yu. et al. The world trends of organic production and consumption. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2018. Vol. 40, no. 4. P. 514–530.
9. Potapova N., Kachurovskyy S., Ushkalenko I., Volontyr L. Formation of management mechanisms of warehousing logistics in Ukrainian AIC. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2019. No. 41 (3). P. 343–353.  
DOI: 10.15544/mts.2019.28
10. Новак Н. П. Світовий досвід державної підтримки виробництва органічної продукції. *Ефективна економіка*. 2016. № 6. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_6\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_6_26)
11. Les chiffres clés. URL: <https://www.agencebio.org/vos-outils/les-chiffres-cles/>
12. Aleksejeva L. Pelse, Modrite Procurement of organic food by latvian schools. *Economic Science for Rural Development Conference Proceedings*. 2019. Is. 50. P. 305–311.

13. de Backer E., Aertsens J., Vergucht S., Steurbaut W. Assessing the ecological soundness of organic and conventional agriculture by means of life cycle assessment (LCA): A case study of leek production. *British Food Journal*. 2009. Vol. 111, no. 10. P. 1028–1061.  
DOI: 10.1108/00070700910992916
14. Mikkelsen B. E., Sylvest J. Organic Foods on the Public Plate: Technical Challenge or Organizational Change? *Journal of Foodservice Business Research*. 2012. No. 15 (1). P. 64–83.  
DOI: 10.1080/15378020.2011.650541
15. Soetrisno S., Soejono D., Soliha E., Suwandari A., Shandy B., Narmaditya. Challenges and Opportunities for Agribusiness Development: Lesson from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 2020. Vol. 7, no. 9. P. 791–800.
16. Sajadian M., Khoshtakht K., Liaghati H., Veisi H. Developing and quantifying indicators of organic farming using analytic hierarchy process. *Ecological Indicators*. 2017. No. 83 (February). P. 103–111.  
DOI: 10.1016/j.ecolind.2017.07.047
17. Kramol P., Thong-ngam K., Gympantasiri P., Davies W. P. Challenges in developing pesticide-free and organic vegetable markets and farming systems for smallholder farmers in north thailand. *Acta Horti*. 2006. No. 699. P. 243–252.  
DOI: 10.17660/ActaHort.2006.699.28
18. Scott S., Si Z., Schumilas T., Chen A. Contradictions in state- and civil society-driven developments in China's ecological agriculture sector. *Food Policy*. 2014. Vol. 45. P. 158–166.  
DOI: 10.1016/j.foodpol.2013.08.002
19. Wang E., Gao Z., Heng Y., Shi L. Chinese consumers' preferences for food quality test/measurement indicators and cues of milk powder: A case of Zhengzhou, China. *Food Policy*. Elsevier. 2019. Vol. 89 (C).
20. Polonsky M., Bhaskaran S., Cary J., Fernandez Sh. Environmentally sustainable food production and marketing: opportunity or hype? *British food journal*. 2006/ Vol. 108, no. 8. P. 677–690.  
DOI: 10.1108/00070700610682355
21. Amodio M. L., Chaudhry M. M. A., Colelli G. Spectral and Hyperspectral Technologies as an Additional Tool to Increase Information on Quality and Origin of Horticultural Crops. *Agronomy*. 2020. Vol. 10. P. 7.  
DOI: 10.3390/agronomy10010007
22. Хоменко О. Повітря тепер свіжіше, немає ніяких хімікатів. URL: <http://www.agroecology.in.ua/organicmovement/358>
23. Міжнародні акредитовані органи сертифікації. Стандарт Міжнародних акредитованих органів сертифікації з органічного виробництва і переробки, еквівалентний Стандарту Європейського Союзу. URL: [http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/ec/V17%20Jan%20IACBs%20Equivalent%20EU%20Standard\\_ua.pdf](http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/ec/V17%20Jan%20IACBs%20Equivalent%20EU%20Standard_ua.pdf)
24. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції : Закон України від 10.07.2018 № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
25. Органік Стандарт – 10 років лідерства та надійності. URL: <https://organicstandard.ua/>
26. Залишитися в живих: Труднощі сертифікації на «органічність» відчиняють кордони. URL: <https://business.ua/uk/trudnoshchi-sertifikatsiji-na-organichnist>
27. Методичні рекомендації щодо застосування законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. URL: [https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/organic/Organic\\_law%20guide%20final.pdf](https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/organic/Organic_law%20guide%20final.pdf)
28. Методичні рекомендації щодо маркування органічних харчових продуктів та кормів. URL: [https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/organic/1567506098209\\_Organic.pdf](https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/organic/1567506098209_Organic.pdf)
29. Закон про національні органічні стандарти і органіку – як зміняться правила роботи для виробників та ринку. URL: <http://dp.consumer.gov.ua/52737>
30. Постанова щодо прийняття за основу проекту Закону України про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=69525](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69525)
31. Проект Закону України про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=3656&skl=10](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=3656&skl=10)
32. Гаваза Є. В. Ринок органічної продукції та його інфраструктура: сучасний стан і перспективи розвитку. *Економіка АПК*. 2014. № 5. С. 131–135.
33. Експорт української органічної продукції (2019). URL: <https://organicinfo.ua/infographics/ohliad-orhanichnoho-rynku-ukrainy-2019/>
34. Rural Tourism. URL: <https://www.nal.usda.gov/ric/rural-tourism>
35. Бизнес на отдыхе: 30 ферм, которые привлекают туристов. URL: <http://agroportal.ua/publishing/inopressa/biznes-na-otdykhe-fermy-kotorye-privlekayut-turistov/>
36. Farm Stay Vacation Spots for Families Around the Country. URL: [https://www.parents.com/fun/vacation/ideas/50-farm-stay-vacation-spots-for-families-in-each-state/?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=pmm\\_824037345\\_editorialcontent](https://www.parents.com/fun/vacation/ideas/50-farm-stay-vacation-spots-for-families-in-each-state/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=pmm_824037345_editorialcontent)
37. Worldwide Opportunities on Organic Farms. URL: <https://woof.net/about-2/>
38. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство щодо розвитку сільського зеленого туризму створена і функціонує». URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=55828](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55828)
39. Всеукраїнська громадська неприбуткова організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні». URL: [https://www.greentour.com.ua/vision\\_mission](https://www.greentour.com.ua/vision_mission)
40. Еко-туризм в Україні: 4 міста, где обязательно нужно побывать всей семьей. URL: <https://womo.ua/eko-turizm-v-ukraine-4-mesta-gde-obyazatelno-nuzhno-pobyivat-vsey-semey/>
41. Аграрний туризм може дати фермеру до 70 % додаткового доходу. URL: <https://landlord.ua/news/agrarniy-turizm-mozhe-dati-fermeru-do-70-dodatkovogo-dohodu/>
42. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

## REFERENCES

“Ahrarnyi turizm mozhe daty fermeru do 70 % dodatkovoho dokhodu” [Agricultural Tourism Can Give the Farmer Up to 70% of Additional Income]. <https://landlord.ua/news/agrarniy-turizm-mozhe-dati-fermeru-do-70-dodatkovogo-dohodu/>

Aleksejeva, L. “Pelse, Modrite Procurement of organic food by latvian schools”. *Economic Science for Rural Development Conference Proceedings*, no. 50 (2019): 305-311.

Amodio, M. L., Chaudhry, M. M. A., and Colelli, G. “Spectral

and Hyperspectral Technologies as an Additional Tool to Increase Information on Quality and Origin of Horticultural Crops". *Agronomy*, vol. 10 (2020): 7.

DOI: 10.3390/agronomy10010007

"Biznes na otdykh: 30 ferm, kotorye privlekayut turistov" [Business on Vacation: 30 Farms That Attract Tourists]. <http://agroportal.ua/publishing/inopressa/biznes-na-otdykhe-fermy-kotorye-privlekayut-turistov/>

Bacon, Ch. "Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?" *World Development*. Elsevier, vol. 33 (3) (2005): 497-511.

Bazaluk, O. et al. "Dynamic Development of the Global Organic Food Market and Opportunities for Ukraine". *Sustainability*, vol. 12 (2020): 6963-.

Blocisz, Ju., and Baer-Nawrocka, A. "Efficiency of Polish organic and conventional farms". *Studies in Agricultural Economics*. 2018. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:ags:stagec:273118>

de Backer, E. et al. "Assessing the ecological soundness of organic and conventional agriculture by means of life cycle assessment (LCA): A case study of leek production". *British Food Journal*, vol. 111, no. 10 (2009): 1028-1061.

DOI: 10.1108/00070700910992916

"Eko-turizm v Ukraine: 4 mesta, gde obyazatelno nuzhno pobytat vsej semey" [Eco-tourism in Ukraine: 4 Places Where the Whole Family Must Visit]. <https://womo.ua/eko-turizm-v-ukraine-4-mesta-gde-obyazatelno-nuzhno-pobyivat-vsej-semey/>

"Eksport ukraïnskoi orhanichnoi produktsii (2019)" [Export of Ukrainian Organic Products (2019)]. <https://organicinfo.ua/info-graphics/ohliad-orhanichnoho-rynku-ukrainy-2019/>

"Farm Stay Vacation Spots for Families Around the Country". [https://www.parents.com/fun/vacation/ideas/50-farm-stay-vacation-spots-for-families-in-each-state/?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=pmm\\_824037345\\_editorialcontent](https://www.parents.com/fun/vacation/ideas/50-farm-stay-vacation-spots-for-families-in-each-state/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=pmm_824037345_editorialcontent)

Havaza, Ye. V. "Rynok orhanichnoi produktsii ta yoho infrastruktura: suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku" [Organic Products Market and Its Infrastructure: Current State and Development Prospects]. *Ekonomika APK*, no. 5 (2014): 131-135.

Ihnatenko, M., and Novak, N. "Development of regional programs for the development of agrarian enterprises with organic production on the basis of the european and international experience". *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 4 (4) (2018): 126-133.

DOI: 10.30525/2256-0742/2018-4-4-126-133

Khomenko, O. "«Povitria teper svizhishe, nemaie niiakykh khimikativ»" [«The Air Is Fresher Now, There Are No Chemicals»]. <http://www.agroecology.in.ua/organicmovement/358>

Kramol, P. et al. "Challenges in developing pesticide-free and organic vegetable markets and farming systems for smallholder farmers in north thailand". *Acta Horti*, no. 699 (2006): 243-252.

DOI: 10.17660/ActaHortic.2006.699.28

Kyrylov, Yu. et al. "The world trends of organic production and consumption". *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, vol. 40, no. 4 (2018): 514-530.

[Legal Act of Ukraine] (1996). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2018). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>

"Les chiffres clés". <https://www.agencebio.org/vos-outils/les-chiffres-cles/>

"Metodychni rekomendatsii shchodo markuvannia orhan-

ichnykh kharchovykh produktiv ta kormiv" [Guidelines for Labeling Organic Food Products and Feed]. [https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/organic/1567506098209\\_Organic.pdf](https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/organic/1567506098209_Organic.pdf)

"Metodychni rekomendatsii shchodo zastosuvannia zakonodavstva u sferi orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannia orhanichnoi produktsii" [Methodological Recommendations on the Application of Legislation in the Field of Organic Production, Turnover and Labeling of Organic Products]. [https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/organic/Organic\\_law%20guide%20final.pdf](https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/organic/Organic_law%20guide%20final.pdf)

"Mizhnarodni akredytovani orhany sertyfikatsii. Standart Mizhnarodnykh akredytovanykh orhaniv sertyfikatsii z orhanichnoho vyrobnytstva i pererobky, ekvivalentnyi Standartu Yevropeiskoho Soiuzu" [International Accredited Certification Bodies. Standard of International Accredited Certification Bodies for Organic Production and Processing, Equivalent to the European Union Standard]. [http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/ec/IV17%20Jan%20IACBs%20Equivalent%20EU%20Standard\\_ua.pdf](http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/ec/IV17%20Jan%20IACBs%20Equivalent%20EU%20Standard_ua.pdf)

Marenichenko, V. "Mechanisms of state regulation of small and medium businesses". *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 2 (5) (2017): 41-47.

DOI: 10.30525/2256-0742/2016-2-5-41-47

Marmul, L., and Krukovskaya, E. "Certification of agrarian enterprises-producers of organic products in order to enter European markets". *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 4 (4) (2018): 209-216. DOI: 10.30525/2256-0742/2018-4-4-209-216

Mikkelsen, B. E., and Sylvest, J. "Organic Foods on the Public Plate: Technical Challenge or Organizational Change?" *Journal of Foodservice Business Research*, no. 15(1) (2012): 64-83.

DOI: 10.1080/15378020.2011.650541

Novak, N. P. "Svitovyi dosvid derzhavnoi pidtrymky vyrobnytstva orhanichnoi produktsii" [World Experience of State Support for the Production of Organic Products]. *Efektivna ekonomika*. 2016. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_6\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_6_26)

"Orhanik Standart - 10 rokiv liderstva ta nadiinosti" [Organic Standard - 10 Years of Leadership and Reliability]. <https://organic-standard.ua/>

"Postanova shchodo pryiniattia za osnovu proektu Zakonu Ukrainy pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy shchodo stavky podatku na dodanu vartist z operatsii z postachannia okremykh vydiv silskohospodarskoi produktsii" [Resolution on the Adoption as a Basis of the Draft Law of Ukraine on Amendments to the Tax Code of Ukraine Regarding the Rate of Value-Added Tax on Operations Involving the Supply of Certain Types of Agricultural Products]. [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=69525](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69525)

"Proiekt Zakonu pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy «Pro osobyste selianske hospodarstvo shchodo rozvytku silskoho zelenoho turyzmu» stvoreno i funktsionuie" [The Draft Law on Amendments to the Law of Ukraine «On Personal Farming for the Development of Rural Green Tourism» Has Been Created and Is Functioning]. [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=55828](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55828)

"Proiekt Zakonu Ukrainy pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy shchodo stavky podatku na dodanu vartist z operatsii z postachannia okremykh vydiv silskohospodarskoi produktsii" [Draft Law of Ukraine on Amendments to the Tax Code of Ukraine Concerning the Rate of Value-Added Tax on Operations Involving the Supply of Certain Types of Agricultural Products]. [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=3656&skl=10](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=3656&skl=10)

Polonsky, M. et al. "Environmentally sustainable food pro-



duction and marketing: opportunity or hype?" *British food journal*, vol. 108, no. 8 (2006): 677-690.

DOI: 10.1108/00070700610682355

Potapova, N. et al. "Formation of management mechanisms of warehousing logistics in Ukrainian AIC". *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, no. 41(3) (2019): 343-353. DOI: 10.15544/mts.2019.28

"Rural Tourism". <https://www.nal.usda.gov/ric/rural-tourism>

Sajadian, M. et al. "Developing and quantifying indicators of organic farming using analytic hierarchy process". *Ecological Indicators*, no. 83 (February) (2017): 103-111.

DOI: 10.1016/j.ecolind.2017.07.047

Scott, S. et al. "Contradictions in state- and civil society-driven developments in China's ecological agriculture sector". *Food Policy*, vol. 45 (2014): 158-166. DOI: 10.1016/j.foodpol.2013.08.002

Soetrisno, S. et al. "Challenges and Opportunities for Agribusiness Development: Lesson from Indonesia". *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, vol. 7, no. 9 (2020): 791-800.

Tran, Thi Phung Ha et al. "Livelihood capabilities and pathways of shrimp farmers in the mekong delta. Vietnam". *Aquaculture Economics & Management*, vol. 17:1 (2013): 1-30.

DOI: 10.1080/13657305.2013.747224

Vseukrainska hromadska neprybutkova orhanizatsiia «Spilka

spriannia rozvytku silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini». [https://www.greentour.com.ua/vision\\_mission](https://www.greentour.com.ua/vision_mission)

"Worldwide Opportunities on Organic Farms". <https://wwoof.net/about-2/>

Wang, E. "Chinese consumers' preferences for food quality test/measurement indicators and cues of milk powder: A case of Zhengzhou, China". *Food Policy*. Elsevier, vol. 89 (C) (2019).

"Zakon pro natsionalni orhanichni standarty i orhaniku - yak zminiatsia pravyla roboty dlia vyrobnykiv ta rynku" [Law on National Organic Standards and Organics - How the Rules of Work for Producers and the Market Will Change]. <http://dp.consumer.gov.ua/52737>

"Zalyshytysia v zhyvykh: Trudnoshchi sertyfikatsii na «orhanichnist» vidchyniaut kordony" [Stay Alive: The Difficulties of Certification for «Organicity» Open the Boundaries]. <https://business.ua/uk/trudnoshchi-sertyfikatsiji-na-organichnist>

Стаття надійшла до редакції 11.11.2020 р.