

---

**Мельник В. В.**

**Научно-организационные основы развития гусеводства в УССР во второй половине XX столетия.**

*В исторической ретроспективе рассмотрено развитие гусеводства в Украинской ССР во второй половине XX в. Установлено, что разведение гусей было организовано преимущественно на фермах колхозов и совхозов, начиная с 1970-х годов – и на некоторых промышленных птицефабриках. Раскрыты основные особенности научного обеспечения гусеводства в УССР и приведены производственные и экономические показатели деятельности ферм по разведению гусей.*

**Ключевые слова:** гусеводство, колхозы, кормление гусей, содержание гусей, выращивание гусят на мясо, инкубаторно-птицеводческие станции.

**Melnyk V. V.**

**The scientific and organizational principles of the development of geese breeding in the Ukrainian SSR in the second half of the twentieth century.**

*The development of geese breeding in the Ukrainian SSR in the second half of the twentieth century considered in the historical retrospect. It is established that the geese breeding was organized mainly on the collective farms and state farms, from the 1970's – in some industrial poultry farms as well as. The main features of the scientific support of the geese breeding in the USSR have revealed and the production and economic indices of the geese breeding farms have given.*

**Keywords:** geese breeding, collective farm, geese feeding, geese keeping, geese breeding for meat, incubation and poultry stations.

УДК 001.891:631.147:658.52«20»

**В.Д. ОРЕХІВСЬКИЙ**

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ОРГАНІЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА НА ПОЧАТКУ ХХІ СТ.**

*Узагальнено теоретико-методологічні положення і практичні аспекти формування світового та національного ринку продукції органічного землеробства, з'ясовано тенденції його розвитку на початку ХХІ ст. Охарактеризовано сучасний стан виробництва органічної продукції у світі та визначено потенціал для його розвитку в Україні.*

**Ключові слова:** тенденції розвитку, органічне землеробство, екологічно чиста продукція, ринок органічної продукції.

Ринок продукції органічного землеробства є перспективним сегментом агро-промислового ринку всіх розвинених країн світу. За даними експертів Міжнародної Федерації органічного сільськогосподарського руху (IFOAM) і Науково-дослідного інституту органічного сільського господарства (FiBL) нині виробництво екологічно чистої сільськогосподарської продукції розвивається у 179 країнах світу, а обсяг ринку сягає близько 82 млрд. доларів США [1]. Це є поштовхом до розвитку органічного землеробства в Україні, стимулом до вирощування екологічно чистої продукції українськими аграріями. Останніми роками у країні спостерігається збільшення обсягу внутрішнього ринку споживання органічної продукції, зростає попит на органічні продукти харчування. Виробництво продукції органічного землеробства є практичною реалізацією концепції сталого розвитку аграрного виробництва, що передбачає поєднання захисту довкілля, економічного зростання та соціального розвитку як взаємозалежних і взаємодоповнюючих елементів стратегічного піднесення держави, що гарантує населенню високу якість продовольства як важливої складової її продовольчої безпеки [2, с. 343; 3, с. 61].

Термін «органічне землеробство» (Organic Farming) запроваджений на початку 1970-х років Міжнародною Федерацією органічного сільськогосподарського руху (IFOAM), яка на сьогодні об'єднує понад 750 організацій світу [4, с. 393]. Воно загально-прийняте в англійськомовних країнах ЄС та США і означає такий спосіб сільськогосподарського виробництва, за якого для одержання екологічно чистої продукції

виключається використання синтетичних хімікатів (добрив, пестицидів, антибіотиків тощо) та генетично модифікованих організмів [5, с. 96].

У 1980 р. Департамент сільського господарства (USDA) запропонував наступне визначення органічного землеробства, як системи виробництва сільськогосподарської продукції, що забороняє або значною мірою обмежує використання синтетичних комбінованих добрив, пестицидів та регуляторів росту сільськогосподарських культур [2, с. 344; 6, с. 3]. Така система максимально базується на використанні сівозмін, рослинних решток, гною та компостів, бобових рослин і рослинних добрив, органічних відходів виробництва, мінеральної сировини, механічному обробітку ґрунту та біологічних заходах боротьби із шкідниками з метою підвищення родючості та покращання структури ґрунту, забезпечення повноцінного живлення рослин і боротьби з різноманітними бур'янами, шкідниками та хворобами сільськогосподарських культур [6, с. 4; 7, с. 42].

Починаючи з 1990-х років у багатьох країнах світу розпочато формування ринків органічної продукції, обсяги яких на сьогодні стрімко зростають. Передумовами їх створення стало підвищення кількості екологічних катастроф, конфліктів навколо харчових продуктів на міждержавному рівні, зростання рівня свідомості споживачів щодо власного майбутнього та майбутнього своїх дітей, стану навколишнього середовища тощо [8, с. 234]. Високі темпи збільшення споживання органічних продуктів, розширення їх асортименту, розвиток органічного землеробства у світі дають підстави стверджувати, що виробництво органічних продуктів є альтернативою продукції традиційного землеробства [2, с. 345].

Ринок органічної продукції – це особливий ринок продукції та послуг, який гарантує покупцеві кращу якість товарів. Він характеризується низкою особливостей, пов'язаних з технологією виробництва, перероблення, зберігання, процесом сертифікації, каналами збуту тощо. Розвиток світового ринку органічної продукції відбувається за визначеними періодами [9, с. 144].

Перший період (1960-ті – 1970-ті роки) – зародження ідеї виробництва органічної продукції. У цей період відбулося зародження ідеї «зеленого руху», який пропагує піклування про довкілля і здоровий спосіб життя; формування ініціативних груп, які переходили на виробництво та споживання екологічно чистих продуктів, вирощених без використання хімічних добрив; переважало натуральне господарство, створювались спеціалізовані міні-магазини. Активне проникнення на ринок органічної продукції було відсутнє.

Другий період (1980-ті роки – 1990 р.) – популяризація, формування попиту на органічну продукцію. У цей період зростає популярність екологічних ідей серед населення; з'явився активний попит на органічні продукти – стихійне формування спеціалізованого ринку, збільшення кількості виробників та відкриття магазинів з продажу екологічно чистої продукції.

Третій період (1990-ті роки – початок XXI ст.) – розвиток і стандартизація ринку екологічно чистої продукції. У цей період відбулося підвищення зацікавленості до перспективного ринку органічної продукції з боку урядів держав і великого бізнесу; встановлення системи державного регулювання ринку органічної продукції; створення національних стандартів і систем сертифікації; динамічний розвиток ринку органічної продукції та щорічних темпів її приросту.

Вже на початку XXI ст. світова органічна продукція займала відповідний ринковий сегмент, що характеризувався щорічним приростом на рівні 10–15%, навіть за умови, що її вартість у середньому на 40–50% була вищою від традиційної [8, с. 234]. Упродовж 1999–2015 рр. світовий ринок органічної продукції збільшився з 15,2 до 81,6 млрд. дол. США, або у 5,4 разів. За оцінюванням експертів у 2020 р. обсяг світового продажу органічної продукції перевищить 200 млрд. дол. США [10, с. 25].

Країни з найбільшими ринками органічної продукції належать до групи найбільш розвинених країн світу. Зокрема, у 2015 р. США, Німеччина і Франція, які багато років залишаються лідерами з продажу органічної продукції, забезпечували відповідно 43%, 13% та 8% світової її реалізації.

Країни з найвищим споживанням органічної продукції продовжують демонструвати позитивну динаміку, що позначилось на збільшенні світового споживання органічних продуктів, рівень якого у 2015 р. на одну особу становив 11,1 дол. США [11]. Найбільше витрачали на придбання органічних продуктів у Швейцарії – 291, Данії – 212, Швеції – 196 дол. США, що пояснюється високим рівнем доходів споживачів та розвитком економіки у цих країнах. При цьому найбільшими стали витрати на овочі, фрукти, молочні, хлібобулочні та м'ясні продукти. Отже, рушійною силою розвитку світового ринку продукції органічного землеробства є стабільно зростаючий попит при одночасному формуванні пропозиції на органічну продукцію.

У США споживали органічну продукцію більше 40% американців, при цьому їх можна умовно розділити на такі категорії: органічна інтегрована група, до якої належали споживачі, що вживали органічні продукти більше одного разу в день (37%); органічна середня група, споживачі якої вживали органічні продукти принаймні раз у тиждень (39%); органічна початкова група, споживачі якої вживали органічні продукти нерегулярно, час від часу (24%) [8, с. 235]. За інформацією Науково-дослідного інституту органічного сільського господарства (FiBL) найбільшим попитом на міжнародному ринку користуються органічні соняшник, спельта (плівчаста пшениця), соя, льон, люпин, гірчиця, просо тощо [10, с. 26].

Статистика світового ринку продукції органічного землеробства свідчить, що на сьогодні 2,4 млн. виробників з різних країн світу розширюють органічне сільське господарство на 51 млн. га сільськогосподарських угідь [11]. У 2015 р. країнами-лідерами за загальною площею земель, зайнятих під органічним землеробством стали Австралія (22,7 млн. га), Аргентина (31,1 млн. га) і США (2,0 млн. га). Найбільша кількість виробників органічної продукції знаходилась в Індії (585,2 тис. виробників), Ефіопії (203,6 тис. виробників) та Мексиці (200,0 тис. виробників). Частка земель органічного землеробства від загальної площі земель сільськогосподарського призначення становила 1,1%, де країнами-лідерами стали Ліхтенштейн (30,2%), Австрія (21,3%) та Швеція (16,9%).

Отже, за результатами дослідження світового ринку продукції органічного землеробства можна зробити висновок, що основними споживачами органічної продукції стали розвинені країни: Швейцарія, Люксембург, Данія, Швеція, Ліхтенштейн, Австрія, Німеччина, США, Канада та Франція, в яких високий рівень доходів населення, культура і ментальність, які зорієнтовані на збереження здоров'я та навколишнього середовища і забезпечують високий платоспроможний попит на продукцію органічного землеробства.

В Україні формування ринку продукції органічного землеробства перебуває на початковому етапі, хоча потенціал органічного сільськогосподарського виробництва на родючих українських землях оцінюється дуже високо. На думку фахівців, Україна здатна забезпечити повний асортимент продукції органічного землеробства для внутрішнього ринку та зробити вагомий внесок до експортного потенціалу країни. Встановлено, що на сьогодні не існує офіційної державної статистики щодо органічного сільськогосподарського виробництва та ринку органічної продукції, що ускладнює об'єктивну оцінку органічного сектору економіки України. Аналіз доводиться будувати на основі даних, отриманих від організацій, що здійснюють сертифікацію органічної продукції, а також Федерації органічного руху України та інших асоціацій виробників органічної продукції. Це вимагає термінового налагодження державної

системи збирання, зберігання та оприлюднення офіційних даних щодо органічного виробництва та ринку продукції органічного землеробства.

Україна має унікальні можливості щодо виробництва органічної продукції, земельний фонд якої становить 60,4 млн. га, з яких 42,4 млн. га (70,3%) займають сільськогосподарські угіддя. Розораність земель по країні сягає 81%, а у Вінницькій, Тернопільській, Кіровоградській областях – понад 90%, що значно перевищує відповідний показник в інших країнах. Незважаючи на існуючі процеси деградації орних земель (втрата гумусу та поживних елементів, переущільнення, ерозія), за оцінюванням фахівців, близько 8 млн. га можна привести до відповідного екологічного стану і сертифікувати за стандартами органічного виробництва [12, с. 52].

В Україні виробництво органічної продукції розпочалося наприкінці 1990-х років, коли великі міжнародні трейдерські організації здійснювали органічну сертифікацію фермерських господарств, що збанкрутіли, і реалізовували продукцію на експорт [8, с. 236]. Низька якість органічних зернових у той час повністю відповідала вимогам замовників, оскільки у Європі тваринництво було у розквіті, а корми з України були значно дешевші. У цьому випадку власниками сертифікатів були іноземні трейдери, які до сьогодні не розкривають інформацію щодо кількості угідь, на яких вони працюють, що перешкоджає достовірному висвітленню українського ринку органічної продукції. Тому дані про частку органічного виробництва в Україні та кількість зайнятих під органічною продукцією земель можна зустріти лише у щорічних виданнях Науково-дослідного інституту органічного сільськогосподарства (FiBL), що зумовлює їх умовність із врахуванням вищезазначених історичних особливостей розвитку ринку. За даними FiBL сьогодні Україна входить до двадцятки світових країн-лідерів органічного руху, таких, як США, Великобританія, Німеччина, Франція, Швеція, Швейцарія, Нідерланди тощо. За площею сертифікованих за органічними стандартами сільськогосподарських земель Україна входить до десятки європейських країн.

Дослідження Федерації органічного руху України свідчать, що сучасний внутрішній споживчий ринок продукції органічного землеробства в Україні почав розвиватись з початку 2000-х років, склавши у 2005 р. 200 тис. євро, у 2007 р. – 500 тис. євро, у 2008 р. – 600 тис. євро, у 2009 р. – 1,2 млн. євро, у 2010 р. – 2,4 млн. євро, і продовжував зростати у наступні роки до 17,0 млн. євро у 2015 р. Особливо активно він розвивається в останні роки. За підсумками 2017 р. вартість внутрішнього споживчого ринку органічної продукції в Україні досягла майже 30 млн. євро, або 5 євро на одну особу [1].

Споживання органічної продукції відмічено у великих містах. Найбільшим попитом серед органічних продуктів користуються молоко та молочні продукти, м'ясо та м'ясні продукти, овочі та фрукти, соки, крупи, борошно тощо. Реалізація органічної продукції відбувається як через мережі супермаркетів, так і через спеціалізовані магазини, що здійснюють продаж органічних продуктів, а також через мережу Інтернет [14, с. 190].

Формування внутрішнього ринку продукції органічного землеробства відбувається за рахунок збільшення виробників органічної продукції та розширення сертифікованих для ведення органічного виробництва земель, придатних для органічного вирощування сільськогосподарських культур. За даними Федерації органічного руху України, упродовж 2005–2016 рр. загальна кількість органічних господарств збільшилася з 72 до 360, або у п'ять разів. При цьому площа сертифікованих сільськогосподарських угідь в Україні, задіяних для вирощування органічної продукції, досягла у 2016 р. 411 тис. га, що майже вдвічі більше, порівняно з 2005 р. [1]. Це хоча і відповідає найкращим світовим тенденціям, але не є адекватним потенційним можливостям України, враховуючи загальні площі сільськогосподарських земель.

Загалом частка сертифікованих органічних площ становить близько 1% загального обсягу сільськогосподарських угідь України. Це забезпечило Україні зайняти перше місце в східноєвропейському регіоні за сертифікованими площами органічних сільськогосподарських земель та зміцнити свої позиції у двадцятці світових країн-лідерів з виробництва органічної продукції. Це вказує на відсутність необхідної мотивації, економічних умов, достатнього попиту на продукцію органічного землеробства і свідчить про необхідність розроблення нових науково обґрунтованих підходів та впровадженнь заходів державної підтримки виробництва органічної продукції.

В Україні найбільшу частку в структурі виробництва органічної продукції займають зернові, зернобобові та олійні культури. На менших площах вирощують овочі, фрукти, зелень, виноград, баштанні культури. Разом з тим виробництво органічної продукції має великі перспективи в Україні, що підтверджено дослідженнями вітчизняних науковців [15, с. 25; 16, с. 48]. Крім того, зростання попиту на органічну продукцію у країнах Європейського Союзу розширює для України можливості для реалізації такої продукції, що підтверджено науковими дослідженнями у цих країнах [17, с. 32; 18, с. 56]. Встановлено, що для ринку органічної продукції характерні ринкові коливання – з періодами високого попиту і невеликої пропозиції органічної продукції, а також навпаки, з великою пропозицією й незначним попитом. Тому виробники повинні співпрацювати з покупцями, щоб відчувати ринкові коливання та одержувати більше інформації про продукцію підвищеного попиту, стандарти якості та стратегії ціноутворення.

Лідерами органічного виробництва в Україні є ПП «Агроєкологія» (Полтавська область), група компаній «Етнопродукт» (Чернігівська область), ТОВ «Галекс-Агро» (Житомирська область), Органічне господарство «Махаріші» (Херсонська та Миколаївська області), ПП «Мельник» (Вінницька область) та ін. [19, с. 85]. Більшість господарств, які займаються виробництвом органічної продукції, розташовані у Південній Україні (Одеська, Херсонська області), Західній Україні (Чернівецька, Львівська, Тернопільська області) та Полтавській області. Досить часто ці господарства є учасниками міжнародних проектів (зокрема зі Швейцарією та Німеччиною) щодо впровадження органічного землеробства в Україні та співпрацюють з іноземними компаніями.

В Україні модель національного ринку продукції органічного землеробства лише формується. Серед аргументів на користь впровадження в Україні органічного землеробства дослідники називають необхідність відтворення родючості ґрунтів та збереження навколишнього середовища; необхідність розвитку сільських територій та підвищення рівня життя сільського населення; необхідність збільшення ефективності та прибутковості сільськогосподарського виробництва; забезпечення споживчого ринку екологічно чистою продукцією; необхідність поліпшення іміджу України як виробника та експортера високоякісної органічної продукції, забезпечення продовольчої безпеки та поліпшення загального добробуту громадян, а також зміцнення експортного потенціалу [13]. Налагодження виробництва органічної продукції в Україні має позитивні екологічні ефекти, зумовлені тим, що жорстке регламентування процесу виробництва через застосування певних правил і стандартів, використання речовин та процесів природного походження, крім економічних ефектів, забезпечує збереження та відновлення природних ресурсів, біологічного різноманіття, активізації виробництва продукції дрібними товаровиробниками [20, с. 136].

Всі зазначені ефекти від переходу на виробництво продукції органічного землеробства можливі за умови формування повноцінного ринку органічної продукції, що передбачає нарощування як пропозиції, так і попиту на таку продукцію. Це може бути досягнуто шляхом реалізації комплексу заходів, серед яких інституційне забезпечення, формування інфраструктури ринку органічної продукції, створення системи сертифікації, контролю, збуту органічної сировини, її перероблення, реалізації готової

органічної продукції, популяризація ідей здорового харчування та способу життя серед населення тощо.

Основні проблеми формування та розвитку ринку органічної продукції в Україні можна згрупувати за напрямками: інституційні, економічні, інформаційні, соціальні та зовнішньоекономічні. До інституційних можна віднести: недосконале інституційне забезпечення та відсутність державної підтримки, а також національної системи сертифікації органічної продукції; до економічних: недостатній рівень розвитку переробки та інфраструктури ринку органічної продукції; до інформаційних: слабку обізнаність виробників стосовно специфіки органічного виробництва та населення щодо корисності органічної продукції; до соціальних: високу ціну органічної продукції, яка є прийнятною для населення з середнім і високим рівнем доходів; до зовнішньоекономічних: переважання експорту органічної сировини над внутрішнім виробництвом готових виробів [21, с. с. 153]. Враховуючи потенційні можливості України з виробництва органічної продукції, низький рівень внутрішнього споживання органічної продукції, викликаний, у першу чергу, низькою платоспроможністю населення, в якості рушійної сили розвитку органічного землеробства України доцільно нарощувати обсяги експорту органічної продукції на зовнішні ринки, насамперед, на ринки Європейського Союзу.

Україна вже має перший досвід просування продукції органічного землеробства на зовнішні ринки. Позитивним прикладом є участь українських виробників органічної продукції в роботі найбільшої міжнародної органічної торговельної виставки «Biofach» у Німеччині та презентація найкращих зразків української експортно-орієнтованої продукції органічного землеробства. Павільйон України був успішно представлений на цій виставці упродовж 2014–2015 рр., а у 2016 р. через брак коштів лише два приватних підприємця – виробника органічної продукції змогли представити свої товари на аграрній виставці «Зелений тиждень» у Німеччині [19, с. 85].

Специфічною ознакою системи ринку органічної продукції є високі вимоги до моралі, етики, проінформованості споживачів і виробників. Важливим напрямом її розбудови є робота в інформаційній площині. Цьому сприяє поширення спеціалізованих семінарів, конференцій, днів поля, виставково-ярмаркових заходів, що дозволяє поділитися досвідом, отримати консультації та інформацію про послуги, здійснити різні рекламні заходи щодо популяризації органічної продукції, допомагає знайти покупців, у тому числі – закордонних [9, с. 147]. Одним з таких заходів є щорічна спеціалізована виставка-ярмарок органічних продуктів і технологій «Organik», що проводиться у межах Міжнародної виставки «Агро» на території Національного комплексу «Експоцентр України». У 2016 р. участь в ній прийняли понад 30 сертифікованих органічних виробників з усіх областей України [19, с. 85].

Встановлено, що чинниками впливу на формування ринку продукції органічного землеробства є попит та пропозиція. Основними чинниками попиту є низька купівельна спроможність населення; відсутність державного замовлення на органічну продукцію; брак довіри до гарантії якості органічної продукції; низький рівень культури харчування і турботи про довкілля; недостатній рівень популяризації здорового способу життя та харчування; відсутність спеціалізованих каналів збуту органічної продукції. Основними чинниками пропозиції є інституційне та інфраструктурне забезпечення ринку продукції органічного землеробства; розроблення і запровадження національних правил органічного виробництва на основі міжнародних вимог та стандартів; формування системи нормативно-правового регулювання виробництва органічної продукції; створення національних органів сертифікації органічної продукції; формування системи моніторингу якості і відповідності стандартам продукції органічного землеробства; підготовка кадрів та інформаційно-консультаційна підтримка виробників.

Найважливішими каналами збуту і пропаганди органічної продукції в Україні стали невеликі спеціалізовані магазини здорового харчування та супермаркети. Українські організації характеризуються потужним внутрішнім потенціалом для розвитку ринку органічної продукції у країні. Серед них: сертифікаційна організація «Органік стандарт», Спілка виробників сертифікованих органічних продуктів «Органічна Україна», Клуб органічного землеробства, Асоціація виробників органічної продукції «Чиста флора», Інформаційний центр «Зелене досье», Всеукраїнська громадська організація «Жива планета» тощо [22, с. 45].

Перешкодами на шляху ефективного формування попиту та пропозиції на ринку продукції органічного землеробства є: відсутність державної підтримки та сприяння органічним виробникам; високі ціни на сертифіковану органічну продукцію; неналагодженість постійних каналів збуту; обмеженість асортименту продукції; відсутність належного маркетингового досвіду щодо реалізації органічної продукції; недостатня обізнаність споживачів відносно особливостей органічної продукції; недостатність інформації. Проблемою органічної продовольчої сфери України є те, що продукція не завжди за якістю і безпекою та іншими параметрами відповідає встановленим специфічним вимогам у сфері санітарних та фітосанітарних заходів, технічним, екологічним, маркетинговим умовам і стандартам, що стає перешкодою в її продажі, зокрема за межами України. Тому підприємствам ще складно виходити на міжнародні ринки органічної продукції та конкурувати з іноземними товаровиробниками.

Питома вага ринку органічної продукції в загальному обсязі сільськогосподарського ринку України становить близько 1%, що є надзвичайно низьким показником, хоча й спостерігається тенденція до його зростання [23, с. 18]. Споживачами цієї продукції є переважно люди з середнім та високим рівнем прибутку. На думку українських експертів, потенційними споживачами органічної продукції в Україні є близько 5% населення великих міст, які готові платити за неї на 30–50% більше, ніж за звичайну продукцію [24, с. 51]. Проблемою є і те, що близько 80% вітчизняної органічної продукції експортується. В основному це рослинна продукція – великотоварне виробництво зернових і олійних культур (озима пшениця, ярий ячмінь, жито, соняшник, гречка). Решта продукції реалізовується на внутрішньому ринку.

В Україні існує значний потенціал для виробництва сертифікованої органічної продукції. Незважаючи на проблеми становлення, органічний сектор є перспективним завдяки родючим чорноземним ґрунтам, сприятливим кліматичним умовам, низьким цінам на оренду землі, зростаючому попиту населення на органічні продукти харчування тощо. У порівнянні з європейськими країнами, в Україні наявні значні площі без істотного застосування агрохімікатів, які можна швидко перевести на сертифіковане органічне виробництво [24, с. 52]. Органічне виробництво має великий потенціал для покращання економічного, соціального та екологічного стану в Україні, воно сприятиме комплексному розвитку сільських територій, поліпшенню якості та безпечності харчування населення.

Можна зробити висновок, що на сьогодні український ринок продукції органічного землеробства поступово розвивається, розширюється асортимент вітчизняної продукції, що дозволяє споживачу купувати не лише органічні крупи, а й продукти м'ясо-молочної групи, овочі, фрукти, зелень тощо. Крім того, деякі виробники та продавці органічної продукції почали переходити на інший, більш якісний рівень – надавати споживачеві вже перероблені продукти – сухі сніданки, консерви, ковбаси, сири тощо. Звичайно, це вимагає від виробників та переробників додаткових ресурсних і фінансових вкладень, оскільки кожен етап виробництва органічної продукції повинен відповідати вимогам і пройти ретельну сертифікацію. Однак, враховуючи тренди та попит, це дозволить їм зайняти свій сегмент на ринку та забезпечити фінансову стабільність країни.

1. Органік в Україні. *Федерація органічного руху в Україні*. URL: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>
2. Коваленко Н. П. Становлення та розвиток науково-організаційних основ застосування вітчизняних сівозмін у системах землеробства (друга половина XIX – початок XXI ст.): монографія. Київ: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2014. 490 с.
3. Коваленко Н. П. Наукові основи становлення та розвитку землеробства в Україні. *Вісник аграрної науки*. 2017. Спеціальний випуск (травень). С. 60–66.
4. Кутаренко Н. Я. Проблема понятійно-змістового трактування сутності органічного агровиробництва. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки*. 2014. Вип. 27. С. 391–397.
5. Коваленко Н. П. Екологічно збалансовані сівозміни в системі альтернативного землеробства: історичні аспекти. *Агроекологічний журнал*. 2012. № 4. С. 95–99.
6. Писаренко В. М., Писаренко П. В., Пономаренко С. В. Органічне землеробство для приватного сектора. Полтава, 2017. 140 с.
7. Бойко П. І. Біологічна та екологічна роль сівозмін у землеробстві. Київ: Знання, 1990. 48 с.
8. Чайка Т. О. Передумови розвитку ринку органічної продукції в Україні. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. Т. 1. С. 233–240.
9. Сідельнікова І. В. Ринок органічної продукції та особливості його формування в умовах трансформаційної економіки. *Збірник наукових праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. Серія: Економіка*. 2015. Вип. 15. С. 142–148.
10. Гладченко К., Ріхтер Т. Процедури експорту органічних продуктів. Київ: FiBL, 2014. 79 с.
11. Світова органічна статистика. *Органік*. URL: <http://organicinfo.ua/numbers.html>
12. Бурденюк І. І., Волонтир Л. О. Органічне виробництво: аналіз стану та прогнозування розвитку. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2017. № 2. С. 50–59.
13. Органік в Україні. *Федерація органічного руху в Україні*. URL: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-41-21>
14. Маслак О. М. Формування ринку органічної сільськогосподарської продукції в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 10. С. 189–192.
15. Артиш В. І., Чорний Г. М. Перспективи формування ринку органічної продукції в Україні. *Науковий вісник НУБіП України*. 2010. Вип. 154. С. 23–29.
16. Безус Р. М., Антонюк Г. Я. Ринок органічної продукції в Україні: проблеми та перспективи. *Економіка АПК*. 2011. № 6. С. 47–52.
17. Terziev V. Entrepreneurship in organic production – an incentive for sustainable rural development. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. Vol. 2. № 4. P. 30–42. URL: <http://www.are-journal.com>
18. Arabska E. Organic production: innovations and sustainability challenges in development framework and management. Germany: Lambert Academic Publishing, 2014. 164 p.
19. Литвинов А. І. Органічна продукція: проблеми ринку і перспективи для виробників. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія: Економічні науки*. 2017. № 1. С. 78–89.
20. Беляєва Н. В. Формування ринку органічної продукції в Україні: шляхи, чинники, ефекти. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2015. Вип. 1(1). С. 135–142.
21. Беляєва Н. В., Прутська О. О. Сучасний стан виробництва органічної продукції в Україні та світі. *Інноваційна економіка*. 2013. Вип. 1(39). С. 151–155.
22. Сіренко Н. М. Органічні продукти харчування у забезпеченні продовольчої безпеки України. *Економіка АПК*. 2012. № 1. С. 43–49.
23. Бурляй А. П., Гуцаленко О. О. Роль України у формуванні пропозиції європейського ринку органічної продукції. *Економічний часопис – XXI*. 2013. № 11–12(2). С. 15–18.
24. Славгородська Ю. В. Виробництво органічної продукції в Україні: стан та перспективи. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2016. № 4. С. 49–54.

#### References

1. Orhanik v Ukraini. *Federatsiia orhanichnoho rukhu v Ukraini*. URL: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>
2. Kovalenko N. P. Stanovlennia ta rozvytok naukovo-orhanizatsiinykh osnov zastosuvannia vitchyznia-nykh sivozmin u systemakh zemlerobstva (druha polovyna XIX – pochatok XXI st.): monohrafiia. Kyiv: TOV «Nilan-LTD», 2014. 490 s.
3. Kovalenko N. P. Naukovi osnovy stanovlennia ta rozvytku zemlerobstva v Ukraini. *Visnyk ahrarnoi nauky*. 2017. Spetsialnyi vypusk (traven). S. 60–66.
4. Kutarenko N. Ya. Problema poniatiiino-zmistovoho traktuvannia sutnosti orhanichnoho ahrovyrobnytstva. *Naukovyi visnyk Bukovynskoho derzhavnoho finansovo-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. 2014. Vyp. 27. S. 391–397.



5. Kovalenko N. P. Ekolohichno zbalansovani sivozminy v systemi alternatyvnoho zemlerobstva: istorychni aspekty. *Ahroekolohichni zhurnal*. 2012. № 4. S. 95–99.
6. Pysarenko V. M., Pysarenko P. V., Ponomarenko S. V. Orhanichne zemlerobstvo dlia pryvatnoho sektora. Poltava, 2017. 140 s.
7. Boiko P. I. Biolohichna ta ekolohichna rol sivozmin u zemlerobstvi. Kyiv: Znannia, 1990. 48 s.
8. Chaika T. O. Peredumovy rozvytku rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. *Marketynh i menedzhment innovatsii*. 2011. № 4. T. 1. S. 233–240.
9. Sidelnikova I. V. Rynok orhanichnoi produktsii ta osoblyvosti yoho formuvannya v umovakh transformatsiinoi ekonomiky. *Zbirnyk naukovykh prats KhNPU im. H.S. Skovorody. Serii: Ekonomika*. 2015. Vyp. 15. S. 142–148.
10. Hladchenko K., Rikhter T. Protседury eksportu orhanichnykh produktiv. Kyiv: FiBL, 2014. 79 c.
11. Svitova orhanichna statystyka. *Orhanik*. URL: <http://organicinfo.ua/numbers.html>
12. Burdnyuk I. I., Volontyr L. O. Orhanichne vyrobnytstvo: analiz stanu ta prohnozuvannya rozvytku. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*. 2017. № 2. S. 50–59.
13. Orhanik v Ukraini. *Federatsiia orhanichnoho rukhu v Ukraini*. URL: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-41-21>
14. Maslak O. M. Formuvannya rynku orhanichnoi silskohospodarskoi produktsii v Ukraini. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. 2016. № 10. S. 189–192.
15. Artysh V. I., Chorny H. M. Perspektyvy formuvannya rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. *Naukovyi visnyk NUBiP Ukrainy*. 2010. Vyp. 154. S. 23–29.
16. Bezus R. M., Antoniuk H. Ya. Rynok orhanichnoi produktsii v Ukraini: problemy ta perspektyvy. *Ekonomika APK*. 2011. № 6. S. 47–52.
17. Terziev V. Entrepreneurship in organic production – an incentive for sustainable rural development. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. Vol. 2. № 4. P. 30–42. URL: <http://www.are-journal.com>
18. *Arabska E.* Organic production: innovations and sustainability challenges in development framework and management. Germany: Lambert Academic Publishing, 2014. 164 p.
19. Lytvynov A. I. Orhanichna produktsiia: problemy rynku i perspektyvy dlia vyrobnykiv. *Visnyk KhNAU im. V.V. Dokuchaieva. Serii: Ekonomichni nauky*. 2017. № 1. S. 78–89.
20. Bieliaeva N. V. Formuvannya rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini: shliakhy, chynnyky, efekty. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*. 2015. Vyp. 1(1). S. 135–142.
21. Beliaeva N. V., Prutska O. O. Suchasnyi stan vyrobnytstva orhanichnoi produktsii v Ukraini ta sviti. *Innovatsiina ekonomika*. 2013. Vyp. 1(39). S. 151–155.
22. Sirenko N. M. Orhanichni produkty kharchuvannya u zabezpechenni prodovolchoi bezpeky Ukrainy. *Ekonomika APK*. 2012. № 1. S. 43–49.
23. Burliai A. P., Hutsalenko O. O. Rol Ukrainy u formuvanni propozytsii yevropeiskoho rynku orhanichnoi produktsii. *Ekonomichni chasopys – XXI*. 2013. № 11–12(2). S. 15–18.
24. Slavhorodska Yu. V. Vyrobnytstvo orhanichnoi produktsii v Ukraini: stan ta perspektyvy. *Visnyk Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii*. 2016. № 4. S. 49–54.

**Ореховский В. Д.**

**Тенденции развития мирового и национального рынка продукции органического земледелия в начале XXI в.**

Обобщены теоретические и методологические положения и практические аспекты формирования мирового и национального рынка продукции органического земледелия, выяснены тенденции его развития в начале XXI в. Охарактеризовано современное состояние производства органической продукции в мире и определен потенциал для его развития в Украине.

**Ключевые слова:** тенденции развития, органическое земледелие, экологически чистая продукция, рынок органической продукции.

**Orehivskyi V. D.**

**Progress of world and national market of products of organic agriculture trends at the beginning XXI of century.**

Theoretical-methodological positions and practical aspects of forming of world and national market of products of organic agriculture are generalized, his progress trends are found out at the beginning XXI of century. The modern state of production of organic goods is described in the world and potential is certain for his development in Ukraine.

**Key words:** progress trends, organic agriculture, ecologically clean products, market of organic products.

\* \* \*