

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Факультет аграрного менеджменту

ПОГОДЖЕНО

**В.о. декана факультету
аграрного менеджменту**

_____ **Анатолій ОСТАПЧУК**

(підпис)

(ПШ)

«___» _____ 2025 р.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

маркетингу та міжнародної торгівлі

_____ **Валерій БОНДАРЕНКО**

(підпис)

(ПШ)

«___» _____ 2025 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему **Перспективи України на світовому ринку органічної продукції**

Спеціальність

075 «Маркетинг»

(код і назва)

Освітня програма

Маркетинг

(назва)

Орієнтація освітньої програми

освітньо-професійна

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Гарант освітньої програми

к.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Олександр ЛУЦІЙ

(ПШ)

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Лариса КАРПЕНКО

(ПШ)

Виконав

(підпис)

Максим ЧЕМЕРИС

(ПШ)

КИЇВ – 2025

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

маркетингу та міжнародної торгівлі

д.е.н., професор _____

(науковий ступінь, вчене звання) (підпис)

Валерій БОНДАРЕНКО

(ПІП)

« _____ » _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

ЧЕМЕРИСА МАКСИМА ВІКТОРОВИЧА

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність _____

075 Маркетинг

(код і назва)

Освітня програма _____

Маркетинг

(назва)

Орієнтація освітньої програми _____

освітньо-професійна

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи **Перспективи України на світовому ринку органічної продукції**

затверджена наказом ректора НУБіП України від «13» грудня 2024 № 2236 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедрі _____

(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

2.АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА СТАНУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

3.ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ

Перелік графічного матеріалу (за потреби) _____

Дата видачі завдання _____

« _____ » _____

2024 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи _____

(підпис)

Лариса КАРПЕНКО

Завдання прийняв до виконання _____

(підпис)

Максим ЧЕМЕРИС

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ.....	5
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	12
1.1. Сутність та принципи органічного виробництва	12
1.2. Міжнародні та національні стандарти сертифікації органічної продукції ...	22
1.3. Огляд світового ринку органічної продукції: сучасний стан та тенденції розвитку	32
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА СТАНУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ	41
2.1. Динаміка розвитку та структурні особливості ринку органічної продукції України	41
2.2. Маркетингова екосистема ринку органічної продукції	50
2.3. Експортний потенціал української органічної продукції	56
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ.....	61
3.1. Обґрунтування вибору цільових міжнародних ринків	61
3.2. Розробка комплексної експортної стратегії пріоритетів	64
3.3. Рекомендації щодо подолання бар'єрів та мінімізації ризиків при експорті	67
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72

РЕФЕРАТ

Магістерська кваліфікаційна робота на тему: «Перспективи України на світовому ринку органічної продукції».

Магістерська кваліфікаційна робота викладена на 80 сторінках друкованого тексту. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, що налічує 83 найменування, та додатків. Робота містить 12 таблиць та 8 рисунків.

У сучасних умовах глобальних трансформацій та євроінтеграційних процесів органічне виробництво є одним із найбільш перспективних напрямів розвитку аграрного сектору України. Попри воєнні дії та логістичні виклики, Україна залишається одним із ключових постачальників органічної продукції до ЄС. Однак домінування сировинної моделі експорту та географічна концентрація збуту створюють стратегічні ризики, що потребує наукового обґрунтування нових векторів розвитку та диверсифікації експортної діяльності.

Метою роботи є комплексне дослідження сучасного стану, проблем та перспектив розвитку органічного сектору України на світовому ринку, а також обґрунтування стратегічних напрямів підвищення його конкурентоспроможності. Для досягнення мети вирішено наступні завдання: розкрито сутність та принципи органічного виробництва; проаналізовано міжнародні стандарти сертифікації; оцінено експортний потенціал української органічної продукції; розроблено комплексну експортну стратегію та надано рекомендації щодо мінімізації ризиків.

Об'єкт дослідження – процеси формування та розвитку ринку органічної продукції в Україні та світі.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методологічних та практичних аспектів обґрунтування стратегічних напрямів посилення позицій України на світовому ринку органічної продукції.

У роботі застосовано: абстрактно-логічний метод (теоретичні узагальнення); статистичний та економічний аналіз (оцінка динаміки ринку); компаративний аналіз (порівняння стандартів ЄС, США та України); SWOT-аналіз (визначення

стратегічних альтернатив); графічний метод (візуалізація даних).

У першому розділі «Теоретико-методологічні засади функціонування ринку органічної продукції» узагальнено теоретичні основи органічного виробництва, проаналізовано еволюцію законодавства ЄС (зокрема Регламент 2018/848) та гармонізацію української нормативної бази. Визначено ключові світові тренди, що впливають на споживання органічної продукції. У другому розділі «Аналіз та оцінка стану ринку органічної продукції України» проведено діагностику динаміки розвитку сектору в умовах воєнного стану. Виявлено структурні диспропорції, зокрема критичну залежність від експорту сировини (зернові, олійні) та концентрацію збуту на ринку ЄС. Проведено SWOT-аналіз, який ідентифікував необхідність переходу до виробництва продукції з доданою вартістю. У третьому розділі «Обґрунтування стратегічних напрямів виходу на міжнародні ринки» на основі багатокритеріального аналізу обґрунтовано вибір пріоритетних ринків для диверсифікації експорту (США, Канада, Японія). Розроблено елементи експортної маркетингової стратегії, що базується на створенні доданої вартості та використанні інструментів страхування воєнних ризиків.

За результатами дослідження доведено, що для збереження та посилення позицій України на світовому ринку необхідно здійснити перехід від сировинної моделі до експорту готової органічної продукції. Запропоновано практичні рекомендації щодо використання можливостей угод про вільну торгівлю, отримання міжнародних сертифікацій (NOP, JAS, COR) та оптимізації логістичних ланцюгів через розвиток мультимодальних перевезень.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ОРГАНІЧНА ПРОДУКЦІЯ, ЕКСПОРТ, РИНОК, СТРАТЕГІЯ, СЕРТИФІКАЦІЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ДИВЕРСИФІКАЦІЯ.

ВСТУП

AgriFood-сектор формує основу зовнішньоекономічної стійкості України та є одним з найважливіших компонентів національної економіки. За інформацією Мінагрополітики [51], у 2024 році експорт агропродовольчої продукції України склав \$24,5 млрд, що є другим найвищим показником в історії країни після рекордного 2021 року (\$27,7 млрд). Це становить 59% від загального експорту товарів, що демонструє системоутворюючу роль експорту продукції AgriFood, в тому числі в умовах війни та нестабільності.

Актуальність теми посилюється потужними ринковими сигналами. Світовий ринок органічної продукції демонструє стабільне зростання, досягнувши у 2023 році обсягу в 136,4 млрд євро [47]. Україна вже зарекомендувала себе як вагомий гравець на цьому ринку, стабільно входячи до ТОП-5 країн-постачальників органічної продукції до Європейського Союзу [49].

Особливої гостроти дослідженню надають сучасні геополітичні та економічні реалії. Повномасштабна війна завдала значних збитків аграрному сектору, зруйнувавши виробничі активи, ускладнивши логістику та окупувавши значні площі сільськогосподарських угідь [80]. Водночас ці виклики стимулювали пошук нових, більш стійких бізнес-моделей та прискорили необхідність стратегічної диверсифікації експорту. Таким чином, комплексне дослідження сучасного стану та обґрунтування стратегічних перспектив України на світовому ринку органічної продукції є своєчасним та науково значущим завданням, що має вирішальне значення для післявоєнного відновлення та подальшої інтеграції економіки країни у глобальний простір.

Сучасний стан та потенціал українського ринку досліджували І. В. Городняк та С. В. Петровський, які проаналізували регіональні особливості та переважання сировинної моделі виробництва [4]. Зв'язок органічного сектору із Цілями сталого

розвитку ООН та особливості національної нормативно-правової бази стали предметом дослідження М. А. Петровської та С. В. Петровського [41].

Вплив повномасштабної війни та процеси адаптації національного законодавства до нових Регламентів ЄС, зокрема (ЄС) 2018/848, знайшли відображення у працях Ю. В. Негоди та М. М. Гудзя [36]. Важливі аспекти, пов'язані з інноваціями у законодавстві, такими як групова сертифікація, та необхідність підвищення споживчої обізнаності, висвітлені К. О. Прокопенко та Л. О. Удовою [44].

Незважаючи на наявність ґрунтовних праць, що розкривають окремі аспекти теми, недостатньо дослідженими залишаються питання розробки комплексної експортної стратегії для українських виробників в умовах воєнних та післявоєнних економічних реалій. Потребує поглибленого обґрунтування вибір пріоритетних ринків для диверсифікації та механізми переходу від сировинної моделі експорту до постачання продукції з високою доданою вартістю.

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є комплексне дослідження сучасного стану, проблем та перспектив розвитку органічного сектору України на світовому ринку, а також обґрунтування стратегічних напрямів підвищення його конкурентоспроможності.

Для досягнення поставленої мети в роботі було визначено такі завдання:

- дослідити сутність та принципи органічного виробництва;
- проаналізувати міжнародні та національні стандарти сертифікації органічної продукції;
- здійснити огляд світового ринку органічної продукції, його сучасного стану та тенденцій розвитку;
- оцінити динаміку розвитку та структурні особливості ринку органічної продукції України;
- дослідити маркетингову екосистему ринку органічної продукції;
- проаналізувати експортний потенціал української органічної продукції;

- провести аналіз та обґрунтувати вибір цільових міжнародних ринків;
- розробити комплексну експортну стратегію пріоритетів;
- сформулювати рекомендації щодо подолання бар'єрів та мінімізації ризиків при експорті.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є процеси формування та розвитку ринку органічної продукції в Україні та світі.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методологічних та практичних аспектів обґрунтування стратегічних напрямів посилення позицій України на світовому ринку органічної продукції.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети було використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Теоретико-методологічною основою роботи стали діалектичний метод пізнання та системний підхід. У процесі дослідження застосовувалися: абстрактно-логічний метод (для уточнення понятійного апарату, формулювання принципів та висновків); аналіз та синтез (для вивчення окремих аспектів ринку та їх узагальнення); статистичний та економічний аналіз (для оцінки динаміки, обсягів та структури ринку); порівняльний аналіз (для зіставлення ринків України та світу); метод SWOT-аналізу (для ідентифікації стратегічних напрямів розвитку); графічний та табличний методи (для наочного представлення результатів).

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативно-правові акти України та ЄС, офіційні статистичні дані (FiBL, IFOAM, Єврокомісії, Державної служби статистики України), матеріали профільних міністерств та асоціацій, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, аналітичні звіти та матеріали фахових видань.

Наукова новизна дослідження полягає у поглибленні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо стратегічного розвитку експортного потенціалу органічного сектору України. Зокрема: поглиблено теоретичні засади функціонування ринку органічної продукції в умовах глобальних викликів

(пандемія, війна) та нових регуляторних вимог (Європейський зелений курс); отримало подальший розвиток комплексне оцінювання впливу повномасштабної війни на структурні особливості ринку, його експортну логістику та маркетингову екосистему; обґрунтовано стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності української органічної продукції через пріоритезацію цільових ринків (окрім ЄС) та необхідність переходу від сировинної моделі до експорту продуктів з високою доданою вартістю.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх використання: органами державної влади (Міністерством аграрної політики та продовольства України, Офісом з розвитку підприємництва та експорту) при формуванні політики підтримки та просування органічного експорту; суб'єктами господарювання органічного сектору (виробниками, переробниками, експортерами) для розробки ефективних експортних та маркетингових стратегій, диверсифікації ринків збуту; у навчальному процесі закладів вищої освіти при підготовці фахівців зі спеціальностей «Маркетинг» та «Міжнародні економічні відносини».

Основні положення та результати магістерської кваліфікаційної роботи доповідались та обговорювались на науково-практичних конференціях, а також знайшли відображення у науковій публікації Г.Я. Студінської та М.В. Чемериса Проектне управління органічним виробництвом: фасилітаційні практики, цифрові рішення, сертифікація яка була опублікована в виданні Економіка та суспільство № 78 2025р [48].

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1. Сутність та принципи органічного виробництва

Розуміння сутності та основоположних принципів органічного виробництва є критично важливим для аналізу ринку органічної продукції та обґрунтування перспектив його розвитку. В останні десятиліття цей сектор перетворився з нішевого руху на потужну глобальну індустрію, що зумовлено комплексом глобальних викликів, серед яких зміна клімату, забезпечення продовольчої безпеки та зростаюча увага споживачів до якості харчових продуктів та їх впливу на здоров'я.

У процесі інтеграції України до Європейського Союзу особливої уваги набуває адаптація аграрного сектору до вимог європейських стандартів, які охоплюють не лише якість продукції, а й екологічну відповідальність, сталий розвиток, простежуваність виробничих процесів та соціальну етику. Відповідно до цих вимог, органічне виробництво розглядається як один із найбільш перспективних напрямків трансформації аграрної політики, здатний забезпечити відповідність принципам сталості та конкурентоспроможності на європейському ринку. З огляду на це, доцільним є аналіз наукових джерел, які висвітлюють стандарти ЄС та особливості органічного виробництва що дозволить обґрунтувати актуальність обраної теми. Зокрема М. А. Копиця здійснив комплексний аналіз еволюції аграрного законодавства Європейського Союзу, з особливим акцентом на Спільну аграрну політику (САП), яка до 2027 року орієнтована на екологічну стійкість, регіональну адаптивність та підтримку органічного виробництва. Автор підкреслює, що ЄС виділяє значні кошти на реалізацію кліматичних цілей, розвиток сільських територій, захист біорізноманіття та забезпечення якості продукції. Науковець розглянув механізми боротьби з недобросовісною торгівлею, стандарти

простежуваності, безпеки харчових продуктів та інституційні підходи до регулювання ринку [33]. Органічне виробництво аграрної продукції цілком відповідає вимогам європейського законодавства та є перспективним та ефективним напрямом для розвитку українського аграрного підприємництва. І. В. Городняк, С. В. Петровський проаналізували в 2023 році ринок органічної продукції в Україні та дійшли до висновку, що Україна має значний потенціал для розвитку органічного виробництва, зокрема завдяки природним ресурсам і географічним перевагам; внутрішній ринок органічної продукції демонструє позитивну динаміку, хоча переважає виробництво сировини, а не готової продукції; Львівська область є одним із регіонів-лідерів у розвитку органічного сектору; подальший розвиток потребує підтримки з боку держави, розширення переробки та підвищення обізнаності споживачів [4]. Автори дослідили сутність понять «органічна продукція», «органічне виробництво» та «ринок органічної продукції», розглянули площі органічних сільськогосподарських угідь, кількість операторів ринку, обсяги реалізації готової продукції на внутрішньому ринку та визначили структуру українського органічного виробництва, яка переважно орієнтована на сировину (зернові, бобові, олійні культури), поряд з якою активно розвивається і її переробка – сертифіковані крупи, соки, чаї, повидло, м'ясні та молочні продукти. Науковці акцентують на сприятливих умовах для розвитку органічного сектору: географічне розташування, родючі ґрунти, низька вартість оренди землі та зростаючий попит серед населення.

Органічне виробництво в Україні як пріоритетна складова сталого розвитку досліджено М. А. Петровською та С. В. Петровським, які визначають органічне виробництво ключовим елементом реалізації Цілей сталого розвитку, ухвалених на саміті ООН у 2015 році. Автори також аналізують нормативно-правову базу, включаючи Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва», постанови Кабінету Міністрів та накази профільних міністерств та підкреслюють, що сільське господарство прямо або опосередковано впливає на всі

17 глобальних цілей, і тому перехід до органічного землеробства є стратегічно важливим для України. Динаміка площ органічних сільськогосподарських угідь, кількість операторів ринку, а також тенденції розвитку локального виробництва та споживання органічної продукції також досліджуються ними. Автори акцентують на необхідності підвищення обізнаності населення, підтримки з боку держави та створення сприятливих умов для сертифікації та експорту органічної продукції [41]. Дослідження надає право на логічні висновки: органічне виробництво є не лише екологічно доцільним, а й економічно перспективним напрямом аграрного розвитку України; реалізація Цілей сталого розвитку неможлива без трансформації аграрної моделі у напрямі органічного землеробства; державна політика має бути спрямована на стимулювання переходу до органічного виробництва, зокрема через фінансову підтримку, інформаційні кампанії та розвиток інфраструктури сертифікації; важливим кроком стало створення у 2023 році Реєстрів органів сертифікації та операторів у сфері органічного виробництва, що підвищує прозорість і довіру до галузі.

За висновками колективу науковців ННЦ «Інститут землеробства НААН», які розглянули комплексні аспекти ведення органічного сільськогосподарського виробництва в умовах воєнного стану, проаналізували організаційно-економічні засади [34 с. 13-20], нормативно-правове забезпечення, агроресурсний потенціал [Там же, с. 23-30], а також технологічні рішення, адаптовані до кризових умов, органічне виробництво в умовах воєнного стану потребує адаптації технологій [Там же, с. 36-50], управлінських рішень та логістичних моделей до нестабільного середовища; збереження родючості ґрунтів, екологічна безпека та локалізація виробничих процесів є критично важливими для стійкості аграрного сектору; впровадження органічних практик у кризових умовах сприяє не лише екологічному балансу, а й соціальній згуртованості та продовольчій безпеці; необхідна державна підтримка, зокрема у вигляді нормативного супроводу, сертифікації та доступу до

грантових програм, для збереження та розвитку органічного виробництва в Україні [Там же , с. 120-125].

Для теоретичного обґрунтування теми органічного виробництва в умовах євроінтеграції надзвичайно корисною є дослідження ринку органічної продукції в Україні Ю. В. Негоди та М. М. Гудзя, де науковці комплексно аналізують нормативно-правову базу, зокрема Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» та положення Регламенту ЄС № 2018/848, що регулює органічне виробництво в країнах Європейського Союзу, особливу увагу приділяють впливу воєнного стану на функціонування органічного сектору, частина господарств якого опинилася в зоні окупації, інші перемістилися або зазнали втрат. Водночас автори підкреслюють, що Україна зберігає статус експортера органічної продукції до країн ЄС, що вимагає дотримання високих стандартів якості, простежуваності та сертифікації; та акцентують увагу на ролі державної політики, міжнародних проектів та потребі у створенні здорової конкуренції на внутрішньому ринку [36]. Дослідники також формують висновки щодо наявності значного потенціалу в Україні для розвитку органічного сектору, особливо в контексті євроінтеграції; успішного додання військових викликів через пошук адаптивних моделей органічного виробництва; необхідності посилення державної підтримки, розширення сертифікаційних механізмів та інтеграцію європейських стандартів; подальшого розвитку стратегічного напрямку експорту української органічної продукції, що має конкурентні переваги на європейському ринку [Там же, с.6].

Сучасний стан та перспективи розвитку органічного виробництва в Україні привертає увагу багатьох українських науковців, зокрема О.В. Аверчев та М.П. Нікітенко, які дійшли до висновку про існування значного потенціалу для сталого розвитку, особливо в умовах післявоєнного відновлення аграрного сектору, а також для розвитку експортних перспектив української органічної продукції. Автори акцентують на необхідності впровадження біоінтенсивних технологій, які

сприяють відновленню деградованих ґрунтів та збереженню екологічної рівноваги; підкреслюють роль сертифікації та перехідного періоду як ключових етапів для інтеграції традиційних господарств у органічну модель: «Важливо встановити процедури сертифікації, які були б доступні та ефективні для виробників, а також забезпечували відповідність їхньої діяльності вимогам органічних стандартів» [1].

Сучасний стан та перспективи розвитку органічного виробництва в Україні досліджували К.О Прокопенко та Л.О. Удова, які розглянули нововведення в законодавстві ЄС, зокрема можливість групової сертифікації, яка відкриває перспективи для малих українських виробників та наголосили на зростаючому інтересі споживачів до екологічно чистих продуктів, що стимулює розвиток ринку. Автори цілком справедливо вважають, що органічне виробництво в Україні має екологічне, економічне та соціальне значення, зокрема для збереження довкілля, здоров'я населення та розвитку сільських територій, на підставі чого підкреслюють, що органічне виробництво включає свідоме використання ґрунту як екосистеми та профілактичний захист рослин, що відрізняє його від конвенційного землеробства. «Для його подальшого розвитку оператори органічного ринку України повинні сприяти підвищенню рівня обізнаності споживачів щодо переваг органічних харчових продуктів порівняно з конвенційними», - зауважують науковці [44].

Колектив Подільського державного університету проаналізували перспективи впровадження «зеленої» економіки в аграрний сектор України на найближчі 10 років та визначили ключові напрями її розвитку: прецизійне землеробство, органічне виробництво, біотехнології, альтернативна енергетика [2].

Науковці Буковинського та Сумського національного аграрного університетів також звернулися до теми розвитку зелених технологій в аграрному бізнесі України. Автори розглядають впровадження зелених технологій як ключовий напрям трансформації аграрного сектору України відповідно до принципів Європейського зеленого курсу, зазначають, що впровадження зелених технологій сприяє підвищенню конкурентоспроможності української продукції на світовому

ринку та підкреслюють, що аграрна сфера відіграє стратегічну роль у досягненні кліматичної нейтральності, зокрема через декарбонізацію, розвиток альтернативної енергетики та збереження біорізноманіття. До основних проблем впровадження зелених технологій автори відносять: «недостатність державної підтримки, високі витрати на впровадження технологій, слабку інтеграцію з міжнародними ініціативами та обмежений доступ до інноваційних рішень для малих і середніх господарств. Низький рівень технічної підготовки фермерів і недосконала нормативно-правова база створюють додаткові бар'єри для інтеграції екологічно ефективних технологій» [54, с. 17].

Незважаючи на те, що органічне сільське господарство часто сприймається як сучасна інновація, насправді воно сягає корінням у традиційні методи, що існували тисячоліттями. Історично новим феноменом є саме промислове сільське господарство ХХ століття з його інтенсивним використанням синтетичних мінеральних добрив та хімічних пестицидів [46]. Сучасний органічний рух виник як свідома відповідь на негативні екологічні, соціальні та економічні наслідки індустріалізації аграрного сектору.

В українському законодавстві ключові поняття чітко визначені. Згідно зі статтею 1 Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» (далі – Закон № 2496-VIII), органічне виробництво – це сертифікована діяльність, пов'язана з виробництвом сільськогосподарської продукції (включаючи всі стадії, від первинного виробництва до переробки та пакування), що провадиться з обов'язковим дотриманням вимог законодавства у цій сфері. Органічна продукція, відповідно, – це сільськогосподарська продукція, отримана в результаті органічного виробництва [29].

Важливо підкреслити фундаментальну відмінність між поняттями «органічний» та «натуральний» чи «фермерський». На відміну від продукції, що може позиціонуватися як «локальна» або «від бабусі», органічний продукт – це

термін, що має чітко регламентований юридичний та технічний статус. Цей статус підтверджується виключно процедурою незалежної сертифікації, яка гарантує, що при виробництві не використовувалися:

- Синтетичні мінеральні добрива та хімічні пестициди (отрутохімікати);
- Генетично модифіковані організми (ГМО) та їх похідні;
- Гормони, стимулятори росту та профілактичне застосування антибіотиків у тваринництві.

Нерозуміння споживачами цієї ключової різниці та важливості сертифікації призводить до плутанини та гальмує розвиток цивілізованого ринку, де споживач свідомо готовий платити преміальну ціну за гарантовану якість та безпеку.

Ідеологічним ядром та глобальним орієнтиром для всього органічного руху є Міжнародна федерація органічних сільськогосподарських рухів (IFOAM – Organics International). Саме IFOAM надає найбільш повне та глобальне визнання визначення цієї концепції. Згідно з офіційним визначенням, прийнятим Генеральною Асамблеєю IFOAM у 2008 році:

«Органічне сільське господарство – це виробнича система, яка підтримує здоров'я ґрунтів, екосистем та людей. Вона покладається на екологічні процеси, біорізноманіття та цикли, адаптовані до місцевих умов, а не на використання засобів виробництва з несприятливими наслідками. Органічне сільське господарство поєднує традиції, інновації та науку на благо спільного довкілля та сприяння справедливим відносинам і високій якості життя для всіх, хто до нього причетний» [57].

Це визначення виводить органічне виробництво далеко за межі простої відмови від хімікатів. Воно позиціонує його як цілісну науково обґрунтовану систему управління та філософію, спрямовану на досягнення комплексного здоров'я всієї екосистеми.

Фундаментом цієї філософії є чотири основоположні принципи, сформульовані IFOAM, які слугують етичною та методологічною основою для

розробки всіх органічних стандартів та практик у світі. Ці принципи є взаємопов'язаними, неподільними та виражають бачення того, як сільське господарство може сприяти покращенню світу [77]:

1. Принцип Здоров'я (Principle of Health)

Цей принцип стверджує, що органічне сільське господарство повинно підтримувати та покращувати здоров'я ґрунту, рослин, тварин, людини та планети як єдине і неподільне ціле.⁷ Здоров'я тут розглядається не просто як відсутність хвороб, а як цілісність та стійкість живих систем. Підкреслюється прямий зв'язок: здорові ґрунти продукують здорові рослини, які, в свою чергу, підтримують здоров'я тварин та людей.

Роль органічного виробництва полягає у продукуванні високоякісної, поживної їжі, що сприяє профілактиці захворювань та добробуту. Цей принцип передбачає категоричну відмову від використання синтетичних пестицидів, добрив, ветеринарних препаратів та харчових добавок, які можуть мати несприятливі наслідки для здоров'я.

2. Принцип Екології (Principle of Ecology)

Згідно з цим принципом, органічне сільське господарство має ґрунтуватися на живих екологічних системах і циклах, працювати з ними, наслідувати їх і сприяти їх сталості.⁷ Цей принцип позиціонує виробництво в межах природних екологічних процесів. Замість того, щоб долати природу за допомогою інтенсивних зовнішніх ресурсів (хімічних добрив), органічне землеробство покладається на природні цикли та біорізноманіття.

Основні практики, що впливають з цього принципу, включають:

- Підтримку біорізноманіття (використання полікультур, створення середовищ для корисних комах).
- Замкненість циклів (використання органічних добрив, компостування, сівозміни).
- Збереження та відтворення родючості ґрунтів.

- Мінімізацію впливу на довкілля та раціональне використання ресурсів.1

Виробництво має бути адаптоване до місцевих умов, культури та масштабу, працюючи з екосистемою, а не проти неї.

3. Принцип Справедливості (Principle of Fairness)

Цей принцип виводить органічне виробництво за межі агрономії у соціально-економічну площину. Він стверджує, що органічне сільське господарство повинно будуватись на відносинах, які забезпечують справедливість щодо спільного довкілля та життєвих можливостей. Справедливість стосується всіх учасників ланцюга: фермерів, робітників, переробників, дистриб'юторів, трейдерів та споживачів.

Це означає:

- Забезпечення належної якості життя та справедливої винагороди для виробників.

- Гуманне поводження з тваринами, що відповідає їх фізіології та поведінковим потребам.

- Справедливе управління природними ресурсами.

Цей принцип вимагає прозорих та чесних систем торгівлі, які враховують реальні соціальні та екологічні витрати.

4. Принцип Турботи (Principle of Care)

Цей принцип має прогностичний та запобіжний характер. Органічне сільське господарство повинно управлятися обережно та відповідально, щоб захистити здоров'я та добробут нинішнього, майбутніх поколінь та навколишнього середовища.

Це означає, що рішення у господарюванні мають прийматися з позиції обережності. Нові технології (наприклад, генетична інженерія) оцінюються з точки зору потенційних ризиків, і якщо розуміння їх повного впливу недостатнє, від них відмовляються. Цей принцип підкреслює, що хоча наукові знання є важливими, їх недостатньо; практичний досвід, традиційні знання та накопичена мудрість також є

цінними джерелами для прийняття рішень.

Ці чотири принципи знайшли своє відображення в українському законодавстві. Закон № 2496-VIII та пов'язані з ним підзаконні акти встановлюють чіткі правила, що базуються на цих принципах [29]:

- Заборона ГМО: Виключається використання ГМО, похідних ГМО і продуктів, вироблених з ГМО, як харчових продуктів, кормів, технологічних добавок, препаратів захисту рослин тощо.

- Відмова від синтетичних хімікатів: Забороняється використання хімічно синтезованих пестицидів, добрив, консервантів, штучних ароматизаторів, підсилювачів смаку.

- Збереження родючості ґрунтів: Обов'язкове застосування сівозмін, використання органічних добрив (гній, компост), вирощування сидератів.

- Гуманне ставлення до тварин: Забезпечення умов, що відповідають фізіологічним потребам, вільний вигул, використання органічних кормів, заборона гормонів росту та профілактичних антибіотиків.

- Заборона іонізуючого випромінювання: Виключається використання іонізуючого випромінювання для обробки органічної продукції чи сировини.

З точки зору маркетингу, ці чотири принципи є не просто агрономічними постулатами, а фундаментальною ціннісною пропозицією для споживача. Маркетинг органічної продукції продає не просто «продукт без хімії». Він пропонує довіру до цілісної системи, яка свідомо базується на принципах здоров'я (особиста вигода), екології (планетарна вигода), справедливості (соціальна вигода) та турботи (вигода для майбутніх поколінь). Ця комплексна ціннісна пропозиція є ключем до розуміння високої преміальної ціни на органічні продукти та формування стійкої споживчої лояльності.

1.2. Міжнародні та національні стандарти сертифікації органічної продукції

Філософські принципи IFOAM, викладені у попередньому підрозділі, отримують своє практичне втілення через систему стандартів та сертифікації. Для функціонування ринку, особливо міжнародного, необхідні чіткі, юридично закріплені правила та механізми контролю.

Органічні характеристики продукту (наприклад, чи вирощувалась пшениця без пестицидів) є так званими «ознаками довіри» (credence characteristics) – властивостями, які споживач не може перевірити ані до, ані після покупки. Це створює проблему інформаційної асиметрії, яку ринок вирішує за допомогою інструменту незалежної сертифікації третьою стороною.

Сертифікація – це процес, який підтверджує, що виробництво, переробка, маркування та обіг продукції відповідають встановленим органічним стандартам. Вона є ключовим інструментом забезпечення простежуваності, захисту споживачів від фальсифікату (так званого «грінвошингу») та, що найважливіше, – інструментом доступу на регульовані міжнародні ринки.

На глобальному рівні існує декілька ключових стандартів, які домінують у міжнародній торгівлі. Для України, яка понад 90% своєї органічної продукції спрямовує на експорт, найбільш значущими є стандарти Європейського Союзу та Сполучених Штатів Америки.

Ринок ЄС є головним стратегічним напрямком для українського органічного експорту. Функціонування цього ринку регулюється єдиним законодавством, яке є обов'язковим для всіх країн-членів та для імпортерів.

В 2007 році Європейською Комісією був прийнятий Регламент (ЄС) № 834/2007 як основний правовий акт для органічного виробництва, який визначав загальні принципи, цілі, вимоги до маркування, контролю та сертифікації. Цей документ діяв до 2022 року та був скасований з метою спрощення, гармонізації та

адаптації до сучасних викликів у сфері органічного виробництва. ЄС вирішив оновити законодавство, зробивши його більш гнучким, прозорим і придатним для розширення ринку Регламентом (ЄС) 2018/848, який набрав чинності з 1 січня 2022 року [27]. Регламент (ЄС) № 889/2008 від 5 вересня 2008 року, що встановлював правила імплементації Регламенту (ЄС) № 834/2007 щодо органічного виробництва, маркування та контролю, деталізував, як саме застосовуються норми базового регламенту та регулював технічні аспекти: виробництво, переробку, маркування, контроль, сертифікацію, також втратив актуальність після прийняття нового базового регламенту [27]. Замість одного імплементаційного акту, ЄС прийняв десятки делегованих та імплементаційних регламентів, кожен з яких охоплює окрему сферу, що видно з таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

**Делеговані (ДР) та імплементаційні (ДР) регламенти до Регламенту (ЄС)
2018/848**

Назва документа	Сфера регулювання
ДР (ЄС) 2020/427	Перехідні положення для операторів
ДР (ЄС) 2021/1691	Органічне виноробство
ДР (ЄС) 2021/1189	Використання неорганічних інгредієнтів
ДР (ЄС) 2021/1698	Визнання органів контролю в 3-х країнах
ДР (ЄС) 2021/2305	Реєстрація операторів у базі TRACES
ДР (ЄС) 2021/2306	Сертифікація імпорту органічної продукції
ДР (ЄС) 2021/2307	Визнання органів контролю для імпорту
ІР (ЄС) 2021/2119	Процедури контролю та сертифікації
ІР (ЄС) 2021/2325	Торгівля з третіми країнами
ІР (ЄС) 2021/279	Вимоги до групової сертифікації
ДР (ЄС) 2022/474	Визначення категорій продукції
ДР (ЄС) 2022/216	Вимоги до аквакультури
ДР (ЄС) 2022/474	Визначення категорій продукції
ІР (ЄС) 2022/145	Вимоги до переробки
ІР (ЄС) 2022/147	Вимоги до маркування
ІР (ЄС) 2022/1453	Вимоги до насіння

ДР (ЄС) 2023/905	Вимоги до кормів
ДР (ЄС) 2023/121	Вимоги до добрив
ДР (ЄС) 2023/2419	Органічні корми для домашніх тварин
ІР (ЄС) 2023/1234	Електронна сертифікація
ІР (ЄС) 2023/456	Вимоги до контролю в державах-членах
ДР (ЄС) 2024/112	Вимоги до упаковки
ІР (ЄС) 2024/215	Вимоги до реєстрації операторів

Джерело: складено автором на підставі аналітичного обзору законодавства ЄС

Цей перелік охоплює ключові акти, чинні станом на 2025 рік. ЄС продовжує оновлювати та доповнювати законодавство, тому кількість регламентів може зростати. Таким чином, базовим регламентом, що встановлює загальні принципи органічного виробництва, маркування, сертифікації, контролю, імпорту та групової сертифікації, є (ЄС) 2018/848 [75]. Він є основою всієї системи органічного законодавства ЄС. Після ухвалення Регламенту 2018/848, ЄС розробив понад 20 підзаконних актів, зокрема:

Делеговані регламенти:

- Визначають технічні вимоги до органічного виробництва: рослинництво, тваринництво, аквакультура, виноробство, корми, насіння тощо.
- Регламентують групову сертифікацію, торгівлю з третіми країнами, перехідні періоди, використання інгредієнтів, управління ризиками, зокрема:
 - 1) **Регламент 2020/427** визначає перехідні положення для операторів, які переходять на органічне виробництво, зокрема щодо термінів конверсії земель [5].
 - 2) **Регламент 2021/1189** дозволяє використання окремих неорганічних інгредієнтів у переробці органічної продукції за чітко визначених умов [6].
 - 3) **Регламент 2021/1691** регулює органічне виноробство, включаючи дозволені технології та речовини для виробництва органічного вина [7].
 - 4) **Регламент 2021/1698** визначає критерії визнання органів контролю в третій країнах, що сертифікують органічну продукцію для імпорту до ЄС [8].
 - 5) **Регламент 2021/2305** зобов'язує операторів реєструватися в електронній

системі TRACES для забезпечення прозорості ланцюга постачання [9].

6) **Регламент 2021/2306** описує вимоги до сертифікатів імпорту органічної продукції, які мають бути оформлені в електронному вигляді [10].

7) **Регламент 2021/2307** встановлює процедури визнання органів контролю, які діють за межами ЄС, для забезпечення відповідності імпортованої продукції [11].

8) **Регламент 2022/474** класифікує категорії органічної продукції, що підлягають регулюванню, включаючи нові види, як-от сіль, віск, ефірні олії [12].

9) **Регламент 2022/216** описує вимоги до органічної аквакультури, включаючи умови вирощування риб, молюсків та водоростей [13].

10) **Регламент 2023/905** регулює виробництво органічних кормів, зокрема щодо допустимих інгредієнтів та методів обробки [14].

11) **Регламент 2023/121** встановлює перелік дозволених добрив, ґрунтових покращувачів та засобів захисту рослин для органічного землеробства [15].

12) **Регламент 2023/2419** описує вимоги до маркування органічних кормів для домашніх тварин, включаючи склад і походження інгредієнтів [16].

13) **Регламент 2024/112** регулює вимоги до упаковки органічної продукції, зокрема щодо матеріалів, які не повинні забруднювати продукт [17].

Імплементативні регламенти:

– Встановлюють єдині умови застосування: процедури контролю, сертифікації, реєстрації операторів, маркування продукції.

– Регламентують електронні бази даних, взаємодію між державами-членами, перевірки імпорту, зокрема:

1) **Регламент 2021/2119** визначає процедури контролю та сертифікації органічних операторів, включаючи частоту перевірок і аудитів [18].

2) **Регламент 2021/2325** описує умови торгівлі органічною продукцією з третіми країнами, включаючи взаємне визнання стандартів [19].

3) **Регламент 2021/279** встановлює правила групової сертифікації, що дозволяє малим виробникам об'єднуватися для отримання одного сертифіката [20].

4) **Регламент 2022/145** регулює переробку органічної продукції, включаючи допустимі технології та обробку інгредієнтів [21].

5) **Регламент 2022/147** описує вимоги до маркування органічної продукції, включаючи використання логотипу «євролисток» та інформацію на етикетці [22].

6) **Регламент 2022/1453** визначає вимоги до органічного насіння та репродуктивного матеріалу рослин, включаючи сертифікацію та походження [23].

7) **Регламент 2023/1234** запроваджує електронну сертифікацію органічної продукції для спрощення обігу та контролю в межах ЄС [24].

8) **Регламент 2023/456** описує вимоги до контролю в державах-членах, включаючи координацію між національними органами та Єврокомісією [25].

9) **Регламент 2024/215** регулює реєстрацію операторів органічного виробництва, включаючи вимоги до баз даних та звітності [26].

Очевидно, що система органічного законодавства ЄС – це багаторівнева структура, де Регламент 2018/848 задає рамки, а 22 додаткових актів деталізують кожен аспект: від насіння до імпорту, від маркування до контролю. Це забезпечує уніфікованість, прозорість і довіру до органічної продукції, яку споживач бачить на полицях з логотипом «євролисток» [22].

Регламент (ЄС) 2023/2419 – це останній спеціалізований нормативний акт, який встановлює вимоги до маркування органічних кормів для домашніх тварин [16]. Він доповнює положення базового Регламенту (ЄС) 2018/848, поширюючи сферу органічного контролю на продукти, що не призначені для харчування людини, але мають екологічну сертифікацію. Даний Регламент застосовується до готових кормів для домашніх тварин, які містять органічні інгредієнти, визначає, які компоненти можуть бути позначені як органічні, та які умови виробництва мають бути дотримані та встановлює вимоги до етикетування, щоб уникнути введення споживача в оману. Саме тому, цей регламент є важливим кроком до розширення органічного ринку в ЄС, охоплюючи не лише харчові продукти для людей, а й товари для тварин, що відповідають принципам сталого виробництва.

Ключові особливості стандарту ЄС:

- Принципи: Базуються на загальних принципах органічного виробництва, включаючи заборону ГМО, іонізуючого випромінювання, суворе обмеження використання синтетичних добрив та пестицидів, заборону гормонів та обмежене використання антибіотиків (лише для лікування).

- Маркування: Продукція, що відповідає стандартам, маркується єдиним логотипом ЄС – «Євролистом» (Euro-leaf). Це білий листок із 12 зірок на зеленому тлі [22].

- Контроль імпорту: Для ввезення продукції до ЄС кожна партія товару повинна супроводжуватися електронним сертифікатом інспекції (COI), який вноситься до єдиної системи TRACES (Trade Control and Expert System).

- Еквівалентність та відповідність: Раніше ЄС працював з третіми країнами за принципом еквівалентності (визнання стандартів іншої країни рівнозначними). Новий регламент переходить до суворого принципу відповідності (compliance), вимагаючи від іноземних виробників точного дотримання правил ЄС.

Для українських виробників сертифікація за стандартами ЄС є обов'язковою умовою для експорту на європейський ринок.

Ринок США є найбільшим органічним ринком у світі за обсягом продажів [32], що робить його стратегічно привабливим для диверсифікації українського експорту. Цей ринок регулюється Національною органічною програмою (NOP), якою керує Міністерство сільського господарства США (USDA) [82].

Основні положення стандарту USDA NOP:

- Маркування: Ключовим візуальним ідентифікатором є знак "USDA Organic Seal".

- Ключові вимоги: Стандарт вимагає мінімум 3-річного перехідного періоду для земель (без заборонених речовин), забороняє генну інженерію, іонізуюче випромінювання та використання стічних вод. У тваринництві вимагається 100% органічний корм, доступ до пасовищ та повна заборона антибіотиків і гормонів.

- Категорії маркування: Стандарт чітко диференціює продукцію залежно від вмісту органічних компонентів:

- ✓ «100% Organic» (100% органічний): Продукт складається виключно зі 100% сертифікованих органічних інгредієнтів.

- ✓ «Organic» (Органічний): Продукт містить не менше 95% органічних інгредієнтів. Лише ці дві категорії мають право використовувати "USDA Organic Seal".

- ✓ «Made with Organic [Інгредієнт]» (Виготовлено з органічним...): Продукт містить не менше 70% органічних інгредієнтів. Знак USDA не використовується.

- ✓ Менше 70%: Дозволяється лише вказувати окремі органічні інгредієнти у списку складу.

Контроль: Сертифікацію проводять акредитовані USDA агенти. Існує угода про еквівалентність між ЄС та США, що спрощує торгівлю, однак вона має певні обмеження.

Протягом тривалого часу органічний сектор в Україні розвивався переважно як експортно-орієнтований, орієнтуючись виключно на стандарти ЄС та США. Внутрішній ринок був слабо регульованим, що призводило до поширення фальсифікату та псевдо-органічного маркування («еко», «біо»), яке вводило споживачів в оману.

Ситуація докорінно змінилася з прийняттям нового Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» (№ 2496-VIII), який набув чинності у 2018 році та був введений в дію у 2019 році. Цей закон гармонізував українське законодавство з європейським та створив правове поле для розвитку внутрішнього ринку [29].

Порівняльний аналіз нового закону з попереднім (№ 425-VII) дозволяє виділити ключові новели:

1. Чіткі визначення: Закон ввів чіткі поняття «органічне рослинництво», «органічне тваринництво», «органічна аквакультура», розширивши рамки

попереднього закону.

2. Запровадження державного логотипу: Закон встановив єдиний державний логотип для маркування органічної продукції, призначеної для реалізації на ринку України.

3. Обов'язковий кодівий номер: Найважливішою новелою є вимога про те, що обов'язковим елементом маркування є кодівий номер, який розміщується під державним логотипом. Цей номер містить акронім (UA-ORGANIC), напис та реєстраційний код органу сертифікації. Це забезпечує простежуваність та дозволяє споживачам перевірити виробника у державних реєстрах.

4. Захист споживача: Закон прямо заборонив використання написів «органічний», «біологічний», «екологічний», «органік» та похідних на продукції, що не пройшла сертифікацію.

Стратегічна орієнтація України на ринок ЄС (куди спрямовується понад 90% експорту) вимагає постійної синхронізації законодавства. Наразі у Верховній Раді зареєстровано урядовий законопроект № 13204, спрямований на повне приведення чинного Закону № 2496-VIII у відповідність до нового Регламенту ЄС (EU) 2018/848.15 [30]

Ключові зміни, що пропонуються у законопроекті № 13204:

- Розширення сфери: Охоплення нових видів продукції (сіль, ефірні олії, віск тощо), відповідно до Регламенту ЄС.
- Сертифікація торгівлі: Запровадження обов'язкової сертифікації для операторів, що займаються роздрібною торгівлею органічною продукцією (з певними винятками для малих точок).
- Нові реєстри: Створення нових державних реєстрів (наприклад, органічних тварин), що посилює контроль.
- Групова сертифікація: Впровадження механізму сертифікації груп операторів, що є надзвичайно важливим для малих фермерів, дозволяючи їм об'єднуватися та розділяти витрати на сертифікацію.

- **Контроль:** Оновлення переліку дозволених речовин відповідно до європейського та впровадження чіткого механізму реагування на невідповідності (наприклад, при виявленні залишків пестицидів).

Успішна імплементація цих змін є критично важливою для збереження безперешкодного доступу української продукції на ринок ЄС.

Важливу роль у цій системі відіграють акредитовані органи сертифікації. В Україні одним з провідних є «Органік Стандарт», який має міжнародне визнання та акредитований для сертифікації за стандартами ЄС та Великої Британії. Наявність таких національних органів, визнаних на міжнародному рівні, суттєво знижує бар'єри для експортерів, дозволяючи їм проходити сертифікацію всередині країни.

Для систематизації, ключові відмінності стандартів наведено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

Порівняльна характеристика ключових міжнародних та національних стандартів органічного виробництва

Критерій порівняння	EU Organic Regulation (EU) 2018/848	USDA National Organic Program (NOP)	Закон України №2496-VIII (з урах. проєкту №13204)
Основні принципи	Захист довкілля, біорізноманіття, високі стандарти добробуту тварин	Екологічна рівновага, збереження біорізноманіття, кругообіг ресурсів	Збереження родючості ґрунтів, біорізноманіття, добробут тварин. Гармонізація з ЄС
Заборона ГМО	Так	Так	Так (з певними винятками для вет. препаратів)
Перехідний період	2 роки для однорічних, 3 роки для багаторічних культур	Мінімум 3 роки без заборонених речовин	24-36 місяців
Ключові вимоги до тваринництва	100% органічні корми, доступ до відкритого повітря, профілактика антибіотиками заборонена	100% органічні корми, доступ до пасовищ, повна заборона антибіотиків та гормонів	Органічні корми, належні умови, заборона гормонів, обмеження антибіотиків
Маркування (Логотип)	"Євролисток" (Euro-leaf)	"USDA Organic Seal"	Державний логотип України

Вимоги до маркування (вміст)	Мін. 95% органічних інгредієнтів для логотипу	Мін. 95% для "Organic" (з логотипом); 70-95% для "Made with..." (без логотипу)	Мін. 95% органічних інгредієнтів для маркування "органічний продукт"
Особливості контролю	Щорічні інспекції. Система TRACES для імпорту	Щорічні інспекції, акредитовані USDA агенти	Сертифікація акредитованими органами. Державний нагляд. Обов'язковий кодівий номер на етикетці

Джерело: складено автором на основі [29, 75, 82]

Проведене порівняння ключових міжнародних та національних стандартів органічного виробництва засвідчує, що, попри єдину концептуальну основу, спрямовану на забезпечення екологічної сталості та безпечності продукції, кожна система регулювання має власну специфіку нормативно-правового забезпечення та механізмів контролю. Це обумовлено різними підходами до організації ринку органічної продукції, рівнем розвитку інституцій та вимогами внутрішнього споживача, що є характерним для регуляторних систем ЄС, США та України.

Регламент ЄС 2018/848 характеризується високим рівнем деталізації процедур виробництва, маркування та простежуваності, а також наявністю інтегрованих інструментів контролю, таких як система TRACES. Програма USDA National Organic Program (NOP) демонструє жорсткіші вимоги до перехідного періоду та до використання ветеринарних препаратів, що відображає специфіку американської моделі державного регулювання. Національна система України, сформована на основі Закону №2496-VIII та положень проєкту Закону №13204, здебільшого гармонізована з європейським законодавством, проте містить певні особливості у сфері державного контролю, сертифікації та маркування продукції.

Таким чином, узагальнення наведених характеристик свідчить, що міжнародні стандарти органічного виробництва збігаються за стратегічними цілями розвитку органічного сектору, однак відрізняються структурою норм, вимогами до

тваринництва, механізмами підтвердження відповідності та інституційною архітектурою контролю. Це створює багаторівневу модель регулювання, яка формує високий рівень довіри споживачів та забезпечує конкурентоспроможність органічної продукції на світових ринках — що має важливе значення для подальшої інтеграції України у міжнародний органічний простір.

1.3. Огляд світового ринку органічної продукції: сучасний стан та тенденції розвитку

Світовий органічний ринок демонструє стабільне зростання вже понад 20 років. Згідно з 26-м виданням щорічника *The World of Organic Agriculture*, опублікованим у лютому 2025 року Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL) та IFOAM – Organics International, світовий ринок органічної продукції досяг 136,4 млрд євро у 2023 році, порівняно з 15,1 млрд євро у 2000 році (Рис. 1.1) [47, 80].

Зростання ринку зумовлене підвищенням споживчої свідомості, доходів і державною підтримкою в США та ЄС.

Найбільшими споживачами та імпортерами органічної продукції залишаються США та Європейський Союз. У 2023 році обсяг ринку органічної продукції США склав 59 млрд євро, а ЄС – 46,5 млрд євро. За обсягами імпорту лідирують ті ж регіони: США – 2,8 млн тонн, ЄС – 2,5 млн тонн (Рис. 1.2) [47, 80]. Вони не лише головні споживачі, а й формують глобальні стандарти.

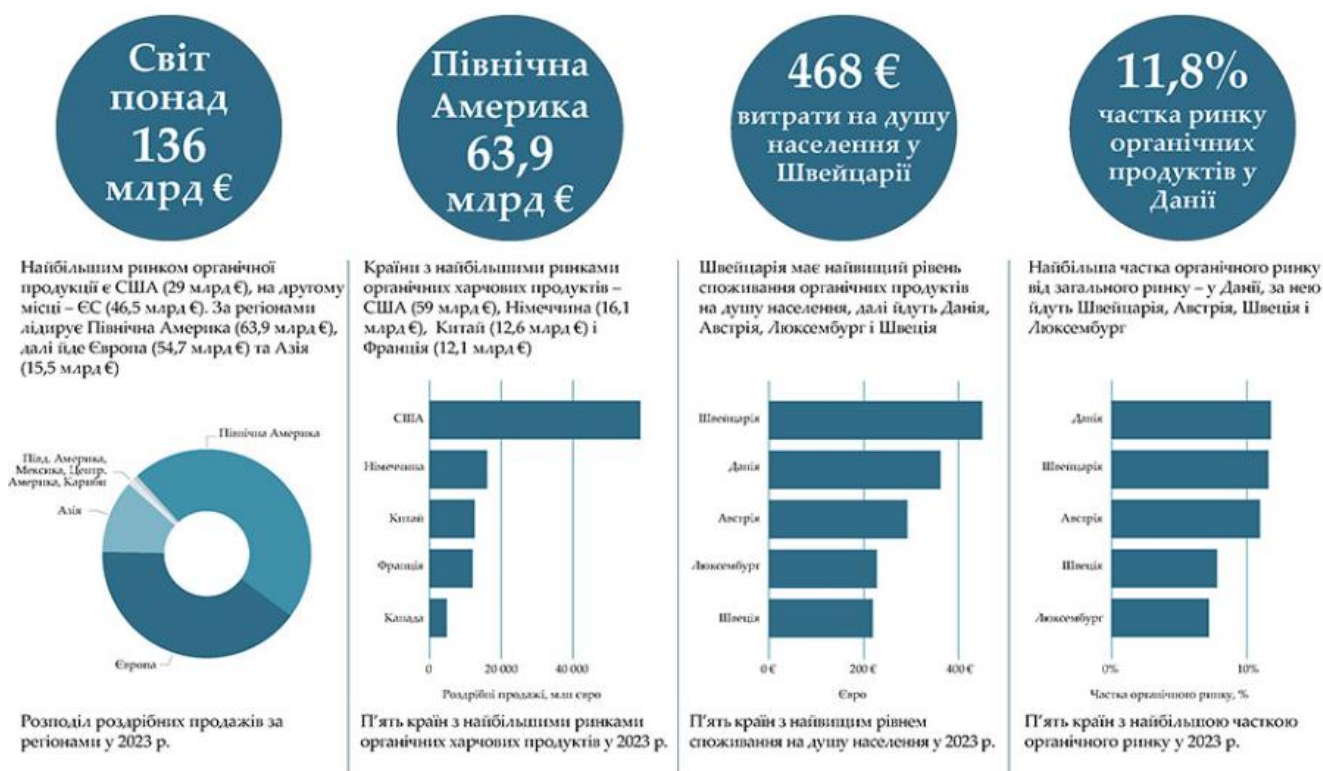


Рис. 1.1. Роздрібні продажі органічних продуктів в світі у 2023 році

Джерело: [47]

Рисунок 1.1 демонструє сучасну структуру та динаміку світового ринку органічних продуктів за підсумками 2023 року, що дозволяє окреслити ключові регіональні та національні тенденції розвитку сектору. Загальний обсяг глобальних роздрібних продажів органічної продукції перевищив 136 млрд євро, що підтверджує стале зростання споживчого попиту на екологічно чисті продукти харчування у більшості регіонів світу.

Найбільшим ринком органічної продукції залишаються США (понад 59 млрд євро), що обумовлено високою купівельною спроможністю населення та тривалою історією розвитку органічного сектору. Далі за обсягами слідує Німеччина, Китай, Франція та Канада, що разом формують ядро глобального ринку. У регіональному розрізі лідирує Північна Америка (63,9 млрд євро), яка випереджає Європу та Азію.

Окремої уваги заслуговують показники споживання на душу населення. Так,

Швейцарія стабільно утримує перше місце із середніми витратами 468 євро на особу, що є найвищим показником у світі. До країн із високим рівнем споживання також належать Данія, Австрія, Люксембург і Швеція. Крім того, Данія демонструє найбільшу частку органічних продуктів у національному ритейлі — 11,8 %, що свідчить про надзвичайно високу інтегрованість органічного сегменту в загальний продовольчий ринок країни.

Загалом наведені дані підтверджують, що світовий органічний ринок характеризується не лише зростанням обсягів продажів, а й поглибленням структурних змін, зокрема збільшенням питомої ваги органічних продуктів у продовольчих корзинах домогосподарств економічно розвинених країн. Це створює сприятливі передумови для подальшого розвитку українського органічного сектору та його інтеграції до глобальних ринків.

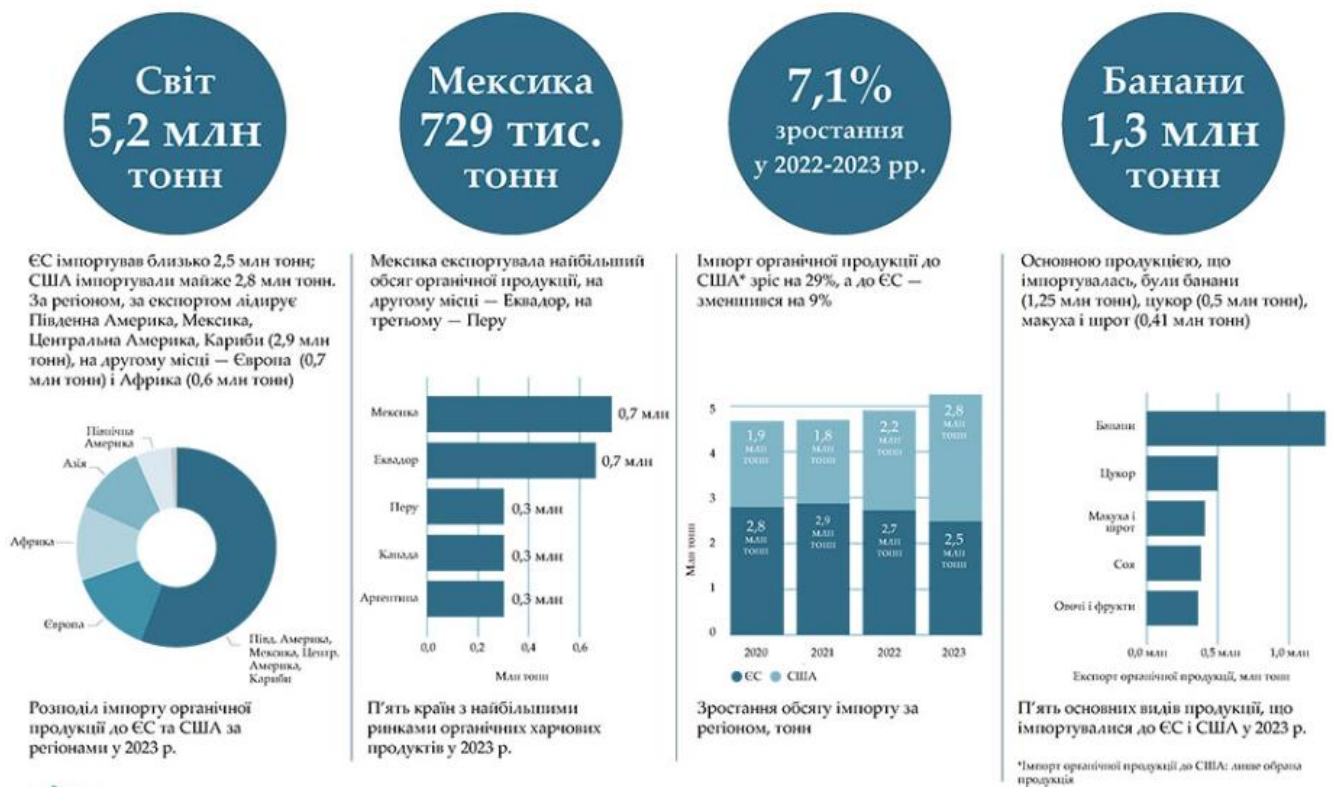


Рис. 1.2. Імпорт органічної продукції до ЄС і США у 2023 році

Джерело: [32]

Рисунок 1.2 відображає динаміку та структурні особливості імпорту органічної продукції до Європейського Союзу та Сполучених Штатів Америки у 2023 році. Загальний обсяг світового імпорту органічних продуктів становив 5,2 млн тонн, при цьому основними центрами імпорту залишалися країни ЄС та США. ЄС імпортував близько 2,5 млн тонн, тоді як США – майже 2,8 млн тонн, що демонструє високий рівень залежності обох ринків від зовнішніх поставок органічної сировини та харчової продукції.

У регіональному розрізі найбільшими експортерами органічної продукції виступають країни Південної та Центральної Америки, Карибського регіону (2,9 млн тонн), що зумовлено сприятливими кліматичними умовами та історично сформованою спеціалізацією на тропічних культурах і плантаційному виробництві. На другому місці — Європа (0,7 млн тонн) і Африка (0,6 млн тонн), що також відіграють помітну роль у забезпеченні світового попиту.

Лідером за обсягами експорту є Мексика (0,7 млн тонн), за нею слідують Еквадор (0,7 млн тонн) і Перу (0,3 млн тонн). Водночас такі країни як Канада та Аргентина демонструють порівняно менші, але стабільні обсяги експорту органічної продукції.

У структурі імпорту домінують банани (1,3 млн тонн), що залишаються ключовим продуктом органічного міжнародного ринку. Значну частку також займають цукор (0,5 млн тонн), макуха і шрот (0,41 млн тонн), соки та інші види рослинної продукції. Це свідчить про збереження глобального попиту на органічні фрукти та продукти первинної переробки.

Динаміка за 2020–2023 рр. демонструє протилежні тенденції: імпорт до США зріс на 29 %, тоді як імпорт до ЄС зменшився на 9 %. Така диференціація пов'язана з внутрішньоринковими факторами, зміною споживчих пріоритетів та впливом регуляторних обмежень.

Таким чином, наведені дані вказують на суттєву роль міжнародної торгівлі у забезпеченні глобального органічного ринку, а також на формування нових

тенденцій у структурі попиту, що є важливими передумовами для аналізу перспектив України як потенційного експортера органічної продукції.

У лютому 2025 року Європейська Комісія оприлюднила нову стратегію розвитку агропродовольчого сектору ЄС до 2040 року – *Vision for Agriculture and Food*. У ній органічне виробництво визначено як бізнес-модель з високою доданою вартістю, яка має отримувати державну підтримку та просування. Передбачені фінансові стимули на маркетинг і промоцію органічної продукції, що формуватиме стабільний попит на неї в межах ЄС. За прогнозами IFOAM та FiBL, світовий органічний ринок зростатиме на 5–10% щорічно до 2030 року [80].

Ключові індикатори світового ринку:

- **Обсяг ринку:** Глобальні роздрібні продажі органічних продуктів харчування та напоїв у 2022 році досягли майже 135 мільярдів євро. За попередніми даними за 2023 рік, ринок продовжив зростання і досяг 136,4 мільярда євро. Для порівняння, у 2000 році цей показник становив лише 15,1 млрд євро.

- **Загальна площа:** На кінець 2022 року глобальні органічні сільськогосподарські угіддя перевищили 96 мільйонів гектарів. На кінець 2023 року цей показник зріс до 98,9 мільйонів гектарів, що становить 2,1% від усіх сільськогосподарських угідь світу.

- **Кількість виробників:** У 2022 році у світі налічувалося щонайменше 4,5 мільйони сертифікованих органічних виробників

- **Географія:** Органічне сільське господарство практикується у 188 країнах світу [80].

Для ілюстрації стабільного розвитку ринку, динаміку його ключових показників за останні роки наведено у табл. 1.3.

Таблиця 1.3.

Динаміка ключових показників світового ринку органічної продукції (2018-2023 рр.)

Рік	Загальна площа органічних с/г земель (млн га)	Кількість органічних виробників (млн)	Глобальні роздрібні продажі (млрд євро)
2018	71.5	2.8	97.0
2019	72.3	3.1	106.0
2020	74.9	3.4	120.6
2021	76.4	3.7	129.0
2022	96.4	4.5	135.0
2023	98.9	4.3	136.4

Джерело: складено автором на основі даних FiBL & IFOAM [80]

Дані таблиці 1.2 ілюструють динаміку ключових показників розвитку світового ринку органічної продукції у 2018–2023 рр. та відображають стале зростання як ринкових, так і виробничих параметрів органічного сектору. За аналізований період загальна площа органічних сільськогосподарських угідь зросла з 71,5 млн га у 2018 р. до 98,9 млн га у 2023 р., що свідчить про розширення глобальної пропозиції органічної продукції та збільшення кількості виробників, залучених до органічного землеробства.

Кількість сертифікованих органічних виробників досягла піку у 2022 р. — 4,5 млн, що є найбільшим показником за весь період. У 2023 р. спостерігається незначне зниження до 4,3 млн виробників, що може бути пов'язано зі зміною ринкових умов, впливом воєнно-політичних факторів та переглядом правил сертифікації в окремих країнах.

Глобальні роздрібні продажі органічної продукції демонструють стабільну позитивну тенденцію: з 97 млрд євро у 2018 р. до 136,4 млрд євро у 2023 р.

Незважаючи на ускладнення логістичних ланцюгів та економічні коливання під час пандемії COVID-19, ринок продовжував зростати, що свідчить про високу стійкість попиту на органічні продукти.

Загалом динаміка ключових показників підтверджує інтенсивний розвиток органічного сектора у світі, зростання його економічної значущості та формування сприятливих передумов для подальшого розширення міжнародної торгівлі органічною продукцією. Це створює нові можливості для країн-експортерів, зокрема України, у контексті зміцнення позицій на глобальному ринку органічних продуктів.

Географічна структура ринку є вкрай концентрованою, причому спостерігається чіткий поділ між регіонами-виробниками (за площею) та регіонами-споживачами (за вартістю) [80].

Структура за площею (2023 р.):

1. Океанія: 53,2 млн га (переважно екстенсивні пасовища в Австралії).
2. Європа: 19,5 млн га.
3. Латинська Америка: 10,3 млн га.
4. Азія: 9,1 млн га.

Країнами-лідерами за загальною площею є Австралія, Індія та Аргентина. При цьому Індія є лідером за кількістю окремих органічних виробників, що свідчить про домінування дрібнофермерської моделі.

Структура за споживанням (Обсяг ринку, 2022-2023 рр.):
З точки зору ринкової вартості та попиту домінують Північна Америка та Європа, які сукупно генерують левову частку світового попиту.

1. США: 56,6 млрд євро (2022 р.) -> 59,0 млрд євро (2023 р.).
2. Німеччина: 15,3 млрд євро (2022 р.) -> 16,1 млрд євро (2023 р.).
3. Китай: 12,4 млрд євро (2022 р.) -> 12,6 млрд євро (2023 р.).

Ринок Європейського Союзу в цілому у 2023 році склав 46,5 млрд євро.

Структура за глибиною проникнення (2022-2023 рр.):

Найбільш показовим індикатором розвитку ринку є споживання на душу населення та частка органіки у загальному ринку продовольства.

Споживання на душу населення (2023 р.): 1. Швейцарія (468 євро), 2. Данія.

Частка ринку (2023 р.): 1. Данія (11,8%).

Розвиток світового органічного ринку обумовлений низкою потужних драйверів:

1. Зростаюча обізнаність про здоров'я: Споживачі все частіше обирають органічні продукти, вважаючи їх безпечнішими через відсутність пестицидів, ГМО та антибіотиків. Цей тренд особливо посилюється після пандемії COVID-19.

2. Екологічна свідомість: Занепокоєння щодо зміни клімату, втрати біорізноманіття та забруднення ґрунтів спонукає споживачів обирати продукти, вироблені сталими методами.

3. Державна підтримка: Ключові ринки активно стимулюють розвиток сектору. Найбільш показовим є «Європейський зелений курс» (European Green Deal), який ставить за мету досягти 25% органічних земель в ЄС до 2030 року.

4. Покращення доступності: Розширення асортименту органіки у великих мережах супермаркетів та розвиток e-commerce роблять продукцію доступнішою.

Незважаючи на загальне зростання, у 2022-2023 роках ринок зіткнувся з серйозними викликами, пов'язаними з геополітичною нестабільністю (зокрема, війною в Україні), енергетичною кризою та високою інфляцією. Це призвело до різноспрямованих тенденцій [80]:

Стагнація в Європі (2022): Декілька ключових європейських ринків, включаючи Німеччину та Францію, показали незначне зниження роздрібних продажів[80]. Споживачі, чутливі до цін, почали шукати дешевші альтернативи, зокрема у дискаунтерах (private labels) [39].

Стійкість в Північній Америці (2022-2024): На противагу Європі, ринки США та Канади продемонстрували стійке зростання. У 2024 році продажі в США зросли на 5,2% [80].

Відновлення (2023-2024): Дані за 2023-2024 рр. свідчать про відновлення зростання в Європі, зокрема в Нідерландах (+9,6%) та Німеччині (+5,7%) [80].

Продуктові та споживчі тренди:

Ринок виходить за межі традиційних категорій. Спостерігається вибухове зростання у специфічних нішах:

- США: Найшвидше зростаючими категоріями є органічне м'ясо, птиця та морепродукти (+16,1% у 2024 р.), а також йогурти (+10,5%).
- Японія: Динамічно розвиваються «нетрадиційні» категорії: органічний хліб, мюслі, снеки, шоколад, макаронні вироби та ячмінний чай [65, 66].
- Глобально: Зростає попит на «Clean Label» (чиста етикетка) – продукти з мінімальною кількістю зрозумілих інгредієнтів [62], а також на органічне дитяче харчування [56].

Прогнози розвитку світового ринку залишаються оптимістичними. Аналітичні агенції прогнозують високі середньорічні темпи зростання (CAGR) на період до 2030-2033 років, оцінюючи їх у діапазоні від 11,2% до 13,6% та 14,8% [80].

Отже, світовий ринок органічної продукції залишається стратегічно привабливим, хоча і вступив у фазу зрілості, де конкуренція посилюється, а споживачі стають все більш вимогливими до якості, прозорості, ціни та ціннісної пропозиції продукту. Це створює як значні можливості, так і серйозні виклики для країн-експортерів, зокрема для України.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА СТАНУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

2.1 Динаміка розвитку та структурні особливості ринку органічної продукції України

Ринок органічної продукції України, незважаючи на свою відносну молодість у порівнянні з ринками країн ЄС та Північної Америки, напередодні пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення демонстрував одні з найвищих темпів розвитку в європейському регіоні. Він являє собою унікальний сегмент національної економіки, що функціонує на перетині агропромислового комплексу, стандартів екологічної безпеки, захисту здоров'я споживачів та експортно-орієнтованих стратегій.

Аналіз динаміки розвитку органічного сектору України, заснований на даних моніторингових досліджень, щорічних звітів FiBL та даних Міністерства аграрної політики та продовольства України (Рис. 2.1 та Рис. 2.2), свідчить про волатильний, але загалом позитивний тренд у довоєнний період, який кардинально змінився під впливом пандемії COVID-19 та повномасштабного військового вторгнення.

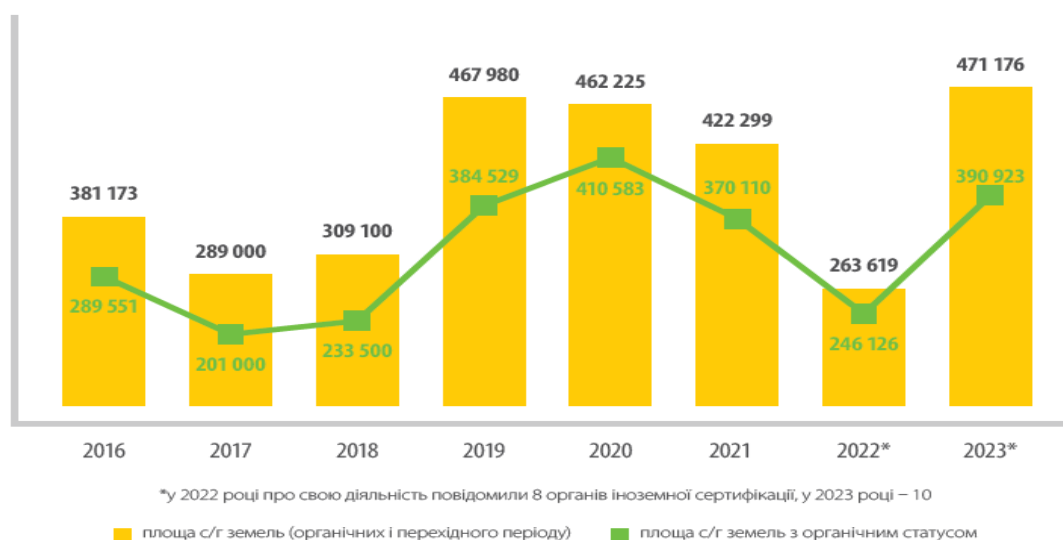


Рис. 2.1. Динаміка площ органічних земель в Україні, 2016–2023 рр.

Джерело: [42]

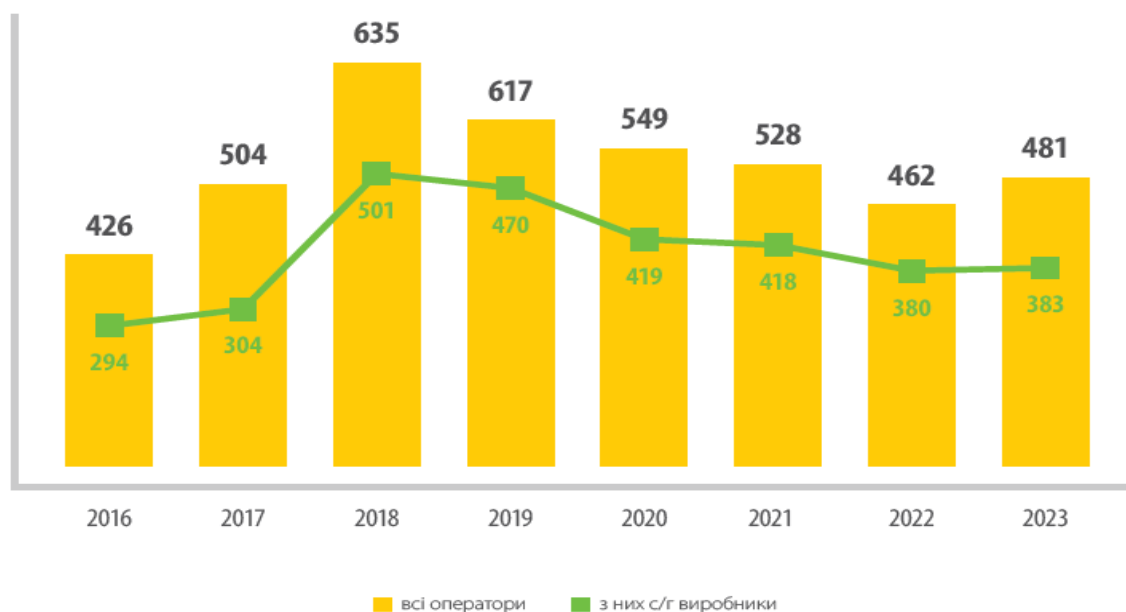


Рис. 2.2. Динаміка кількості органічних операторів в Україні, 2016–2023 рр.

Джерело: [42]

Представлені на рис. 2.1 та рис. 2.2 графіки відображають тенденції розвитку органічного сектору України у 2016–2023 рр., зокрема динаміку площ органічних сільськогосподарських угідь та кількості органічних операторів. Дані свідчать про складний, але загалом позитивний характер розвитку галузі, який формується під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників.

Довоєнний період (2016–2021 рр.): У цей період спостерігалася значна волатильність, а не стабільне зростання. Сектор досяг пікових показників у 2018–2019 роках. Кількість операторів досягла свого максимуму у 2018 році, склавши 635 (Рис. 2.2), тоді як загальна площа земель (включаючи перехідний період) досягла піку у 2019 році – 467 980 га (Рис. 2.1).

Вже у 2019–2021 роках, у період, що збігся з глобальною пандемією COVID-19 та пов'язаними з нею логістичними й економічними кризами, ринок увійшов у

фазу корекції. Кількість операторів почала стабільно знижуватися з 635 у 2018 році до 528 у 2021 році. Аналогічно, загальна площа земель скоротилася з пікових 468 тис. га у 2019 році до 422 299 га у 2021 році. Незважаючи на це, Україна впевнено закріпилася у статусі одного з ключових постачальників органічної сировини на ринок ЄС.

Повномасштабне військове вторгнення завдало прямого та нищівного удару по сектору. Вплив цього фактору є багатовимірним:

1. Окупація та бойові дії: Значна частина сертифікованих органічних земель опинилася в зоні активних бойових дій або під тимчасовою окупацією, зокрема у Херсонській, Запорізькій, Харківській та Миколаївській областях, які історично були одними з лідерів органічного виробництва.

2. Забруднення та мінування: Величезні площі угідь зазнали фізичного забруднення уламками боєприпасів, хімічними речовинами та стали непридатними для ведення господарства через мінування, що ставить під загрозу сам статус «органічної» землі.

3. Логістичні кризи: Блокада чорноморських портів призвела до колапсу традиційних логістичних ланцюгів. Вимушений перехід на альтернативні (дунайські порти, залізниця, автошляхи) значно підвищив вартість логістики, нівелюючи частину органічної премії.

4. Економічна криза та мобілізація: Дефіцит обігових коштів у виробників та відтік робочої сили (мобілізація, міграція) ускладнили дотримання високих стандартів органічного виробництва.

Внаслідок цих факторів, а також через статистичні особливості звітування в умовах війни, у 2022 році було зафіксовано різке падіння показників. Як свідчить примітка до Рис. 2.1, у 2022 році про свою діяльність міністерству повідомили лише 8 іноземних органів сертифікації. Загальна площа скоротилася до 263 619 га, а кількість операторів – до 462. Таким чином, падіння 2022 року було спричинене як реальними втратами через окупацію, так і неповним збором даних.

Дані за 2023 рік демонструють значне відновлення, яке також має подвійну природу. Загальна площа зросла до 471 176 га, а кількість операторів – до 481. Це пояснюється, по-перше, корекцією статистики (у 2023 році дані надали вже 10 органів сертифікації), а по-друге – реальними факторами, такими як деокупація частини територій та адаптація виробників до нових умов.

На тлі глобальної тенденції до зростання (де світові площі у 2023 році досягли 98,9 млн га), вимушене скорочення та волатильність українського сектору виглядають особливо драматично. Якщо країни ЄС у рамках стратегії «European Green Deal» планують довести частку органічних земель до 25% до 2030 року, то Україна наразі вирішує завдання фізичного збереження виробничого потенціалу, що створює ризик втрати завойованих ринкових ніш.

Структурні особливості Важливою структурною особливістю останніх років є процес формалізації ринку, а не його роздвоєння. З 2023 року в Україні фактично запрацювала система національної сертифікації за Законом № 2496-VIII. Стрімке зростання кількості операторів з національною сертифікацією (з 152 у 2023 році до 259-260 у 2024 році) не свідчить про появу нового «внутрішнього» сегменту. Це переважно ті самі експортно-орієнтовані оператори (із загальної кількості 481 у 2023 р.), які додають український сертифікат для відповідності законодавству та легалізації незначних (менше 5%) продажів на внутрішньому ринку.

Структура органічного виробництва в Україні має чітко виражені особливості, що визначаються її експортною орієнтацією. Домінуючою галуззю є рослинництво, на яке припадає понад 90% усіх сертифікованих площ. Ключовими категоріями продукції є:

- Зернові культури: органічна пшениця, кукурудза, ячмінь, овес.
- Олійні культури: соняшник, соя, ріпак.
- Бобові культури: горох, нут, сочевиця.

Саме ці біржові товари (commodities) становлять основу українського органічного експорту.

Інші сектори розвинені значно слабше:

- Овочівництво та фрукти/ягоди: Вирощування органічних овочів (борщовий набір), яблук, а також нішевих ягід (лохина, малина, обліпіха) орієнтоване переважно на внутрішній ринок та частково на експорт у замороженому вигляді.
- Тваринництво: Галузь органічного тваринництва (ВРХ, молочне скотарство, птахівництво) залишається найменш розвинутою. Причинами є високі капітальні затрати на створення відповідних умов утримання, потреба у великих обсягах сертифікованих кормів та короткі терміни реалізації готової продукції (молоко, м'ясо).
- Інші ніші: Окремо варто виділити органічне бджільництво (мед), яке має значний експортний потенціал.

До 2022 року органічне виробництво було найбільш поширене у регіонах з великими площами орних земель та сприятливими кліматичними умовами.

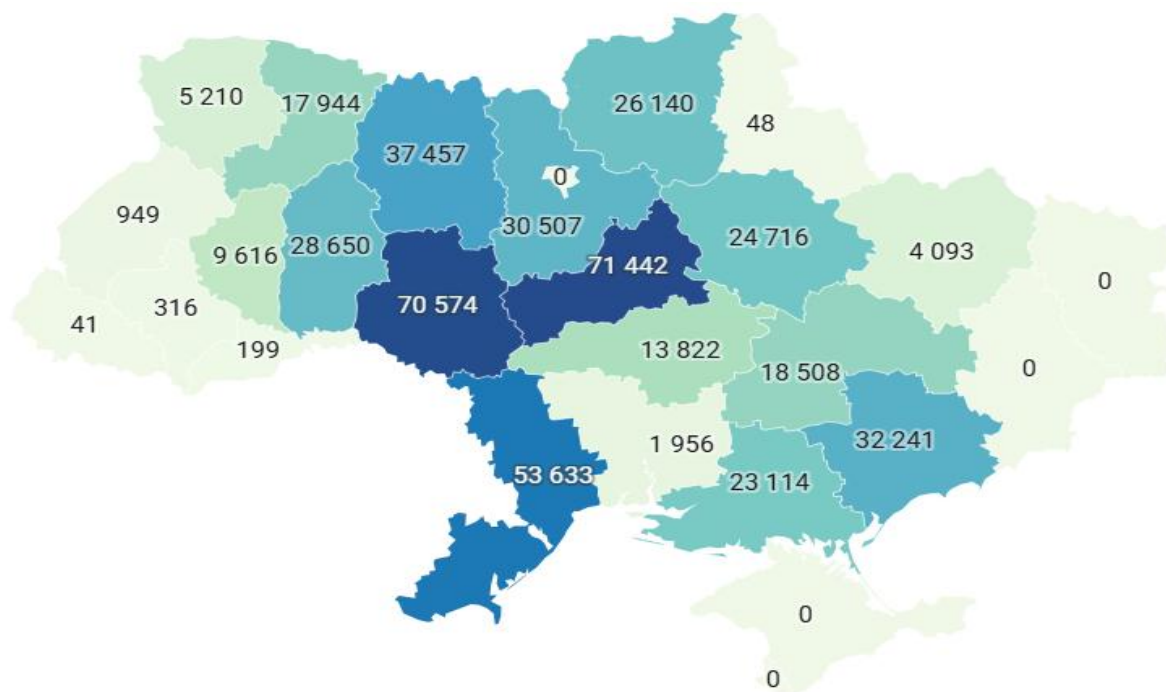


Рис 2.3. Регіональний розподіл площ органічних земель в Україні 2023 р.

Джерело: [42]

Традиційними лідерами за площами сертифікованих земель були Херсонська, Київська, Одеська, Житомирська, Полтавська, Харківська та Запорізька області. Як зазначалося вище, воєнні дії та окупація частини територій (особливо Херсонської та Запорізької обл.) призвели до суттєвої та, можливо, довгострокової зміни цієї географічної структури. Спостерігається вимушена релокація частини переробних підприємств та концентрація зусиль на відносно безпечніших центральних та західних регіонах країни.

Фундаментальною структурною особливістю українського ринку є його диспропорція між виробництвом та внутрішнім споживанням.

Канали збуту:

1. Експорт (домінуючий канал): За різними оцінками, близько 90% виробленої в Україні органічної продукції спрямовується на експорт. Переважно це сировина (зерно, олійні), яка експортується до країн ЄС (Нідерланди, Німеччина, Австрія, Швейцарія), а також до США та Канади. Українська сировина використовується європейськими компаніями для подальшої переробки (виробництво кормів, олії, хлібобулочних виробів).

2. Внутрішній ринок (нішевий канал): Внутрішній ринок споживання органічної продукції залишається надзвичайно малим. Його обсяг у грошовому вимірі є незначним у порівнянні з експортною виручкою.

3. Співпраця з міжнародними компаніями: Багато українських виробників працюють за прямими контрактами з великими європейськими трейдерами та переробниками (наприклад, німецькими та голландськими компаніями), що забезпечує їм гарантований збут, але часто залишає в ролі сировинного придатку.

Структура споживчого попиту: Внутрішній попит на органічну продукцію стримується низкою факторів:

- Ціновий бар'єр: Органічна продукція є значно (на 20-50%) дорожчою за конвенційну, що в умовах низької купівельної спроможності населення (особливо під час війни) робить її недоступною для масового споживача.

- Низька обізнаність: Рівень знань споживачів про те, що таке органічна продукція, чим вона відрізняється від "еко" чи "фермерської" та в чому її переваги, залишається недостатнім.
- Обмежена доступність: Продукція представлена переважно у великих торговельних мережах (на спеціалізованих полицях) у великих містах (Київ, Львів, Одеса, Дніпро) та в онлайн-магазинах.



Рис 2.4. Продажі української органічної продукції на внутрішньому ринку, 2018–2023 рр.

Джерело: [42]

Рисунок 2.4 демонструє динаміку продажів української органічної продукції на внутрішньому ринку у 2018–2023 рр., виражену як у фізичних обсягах (тоннах), так і у грошовому еквіваленті (млн дол. США). Загалом дані свідчать про поступове зростання внутрішнього ринку органічних продуктів до 2021 року, після чого спостерігається різка зміна тенденцій, зумовлена зовнішніми шоками та макроекономічними факторами.

У 2018–2021 рр. внутрішні продажі органічної продукції демонстрували стабільне зростання: з 6,7 тис. тонн у 2018 р. до 9,78 тис. тонн у 2021 р., що відповідає збільшенню фінансового обсягу ринку з 21 млн дол. США до 33 млн дол. США відповідно. Таке зростання пов'язане із підвищенням обізнаності споживачів, розширенням асортименту органічних товарів та активним розвитком роздрібних мереж.

- У 2022 році внутрішній ринок зазнав суттєвого скорочення: обсяг реалізації знизився до 6,28 тис. тонн, а фінансовий показник — до 17 млн дол. США. Це різке падіння пояснюється впливом війни, зміною логістики, скороченням купівельної спроможності населення та зміщенням споживчих пріоритетів у бік базових продуктів харчування.

- Разом з тим у 2023 році зафіксовано тенденцію до відновлення: обсяги продажів зросли до 7,26 тис. тонн, а ринкова вартість — до 27 млн дол. США, що свідчить про адаптацію сектору, відновлення ланцюгів постачання та поступове повернення попиту на органічні продукти в умовах воєнного часу.

- Загалом аналіз даних на рис. 2.4 дозволяє зробити висновок, що внутрішній ринок органічної продукції України характеризується високою чутливістю до зовнішніх факторів, однак демонструє стійку здатність до відновлення. Це свідчить про потенціал подальшого розвитку внутрішнього споживання та формування стабільного ринкового середовища для українських органічних виробників.

Портрет цільового споживача органічної продукції в Україні:

- Географія: Мешканець великого міста (переважно Київ).
- Дохід: Середній+ та високий.
- Мотивація: Турбота про власне здоров'я та, особливо, про здоров'я дітей; екологічна свідомість; прагнення споживати "безпечну" їжу без пестицидів та антибіотиків.

- Сегментація: Найчастіше це молоді родини з дітьми, люди, що ведуть здоровий спосіб життя (ЗСЖ), та споживачі з високим рівнем освіти.

Порівняльний аналіз з ринками ЄС: Якщо в Україні частка внутрішнього споживання органіки в загальному кошику продуктів є мізерною (менше 1%), то в країнах ЄС, таких як Данія, Австрія чи Швейцарія, цей показник перевищує 10-13%. Ринок ЄС характеризується:

- Високою обізнаністю та довірою споживачів.
- Широкою представленістю продукції у всіх форматах торгівлі (від дискаунтерів до спеціалізованих біо-магазинів).
- Потужною державною підтримкою виробників через субсидії.
- Орієнтацією на переробку та споживання готової продукції, а не лише сировини.

2.2. Маркетингова екосистема ринку органічної продукції

Маркетингова екосистема органічного ринку України є складною системою, що включає виробників, переробників, посередників (ритейл), споживачів, а також регуляторні та підтримуючі інституції (державна, асоціації, міжнародні донори).

Внутрішній ринок, незважаючи на нішевий характер (менше 1% від загального ринку продовольства), демонструє ознаки відновлення після шоку 2022 року.

До війни, у 2020 році, ринок оцінювався у \$25,1 млн. Після падіння у 2022 році (6 280 тонн на 627 млн грн), у 2023 році ринок відновився до 7 257 тонн на суму 982 млн грн (близько \$27 млн). Це становить менше 5% від загального обсягу виробленої органічної продукції, що підтверджує домінування експорту [42].

Лідерство стабільно утримує молочна продукція, яка до війни складала до 65% споживання. У 2023 році молочна продукція залишається на першому місці (3 157 тонни на 438 млн грн). На другому місці – овочі, фрукти та гриби (2 824 тонн

на 259 млн грн). Третє місце посідає бакалія (крупя, борошно, снеки) (622 тонн на 99 млн грн) [42].

Реальний попит стримується:

1. Низькою обізнаністю: Споживачі плутають «органік» з «еко» та «біо», не розуміють важливості сертифікації.
2. Високою ціною: Преміальна вартість є суттєвим бар'єром в умовах падіння купівельної спроможності.

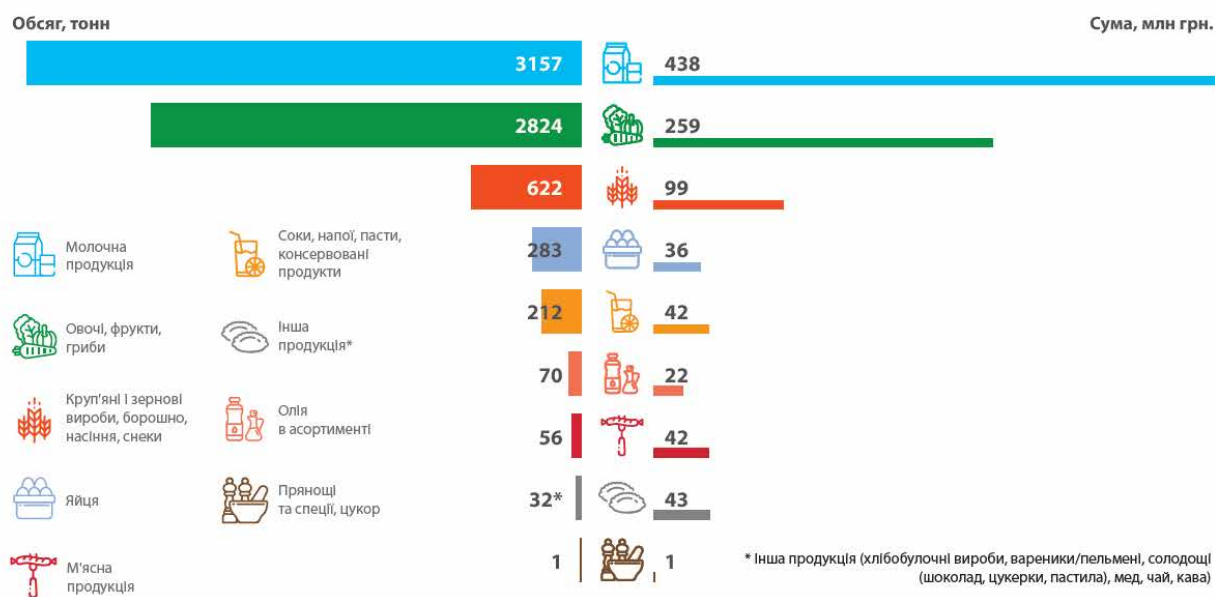


Рис 2.5. Внутрішній ринок органічної продукції в Україні, 2023 рік.

Джерело: [42]

Рисунок 2.5 характеризує структуру внутрішнього ринку органічної продукції України у 2023 році у розрізі обсягів реалізації (тонни) та їхньої вартості (млн грн). Представлені дані свідчать про нерівномірний розподіл споживчого попиту між різними категоріями продукції та демонструють ключові сегменти, що формують внутрішній ринок органіки.

Найбільший обсяг продажів припадає на молочну продукцію (3157 тонн), яка водночас забезпечує і найвищу вартісну виручку — 438 млн грн. Це свідчить про

високу частку доданої вартості, стабільний попит та активний розвиток виробництва сертифікованої молочної продукції.

Другим за значущістю сегментом є овочі, фрукти та гриби (2824 тонни), що забезпечили 259 млн грн. Органічна плодоовочева продукція традиційно характеризується високою сезонністю, але водночас демонструє стабільний попит, особливо в урбанізованих регіонах.

Сегмент соків, напоїв, паст та консервованої продукції формує 622 тонни у фізичному вимірі та 99 млн грн у вартісному, що вказує на достатньо високу цінність переробленої органічної продукції.

Такі категорії, як зернові, борошно, снеки, а також яйця та напої мають менші обсяги — від 56 до 283 тонн, але займають свою нішу в загальній структурі ринку. Особливої уваги заслуговує група спецій, прянощів та цукру (32 тонни, 43 млн грн), де співвідношення обсягу та вартості свідчить про дуже високу концентрацію доданої цінності.

Найменшу частку ринку становить м'ясна органічна продукція — лише 1 тонна та 1 млн грн, що пояснюється складністю виробництва, високими витратами на сертифікацію та суворішими вимогами до органічного тваринництва. Водночас це залишається перспективною нішою для розвитку.

Загалом структура внутрішнього ринку органічної продукції України у 2023 р. характеризується переважанням молочної, овочево-фруктової та переробленої органічної продукції. Аналіз підтверджує зростання частки товарів із високою доданою вартістю та свідчить про формування більш диверсифікованого ринкового середовища, що є позитивним сигналом для подальшого розвитку внутрішнього попиту на органік.

Основними каналами збуту на внутрішньому ринку є:

1. Національні мережі супермаркетів: Це головний канал продажів.
2. Спеціалізовані магазини: Мережі, що фокусуються на здоровому харчуванні (напр., «Натур Бутік»).

3. Онлайн-продажі (E-commerce): Цей канал активно розвивався під час пандемії та зберіг свою актуальність під час війни.

Інституційне середовище та комунікації. Розвиток ринку був би неможливим без підтримки інституцій. Ключову роль у консолідації сектору та його підтримці під час війни відіграє Громадська спілка «Органічна ініціатива».

ГС «Органічна ініціатива» була заснована у квітні 2020 року і є об'єднанням ключових представників органічного сектору, включаючи приватних операторів, експертів, громадські організації (як-от Інформаційний центр «Зелене досьє») та надавачів послуг. Головна мета спілки – сприяння розвитку органічного ринку та зростанню торгівлі українською органічною продукцією (особливо з вищою доданою вартістю) на внутрішньому та зовнішньому ринках [43].

Після повномасштабного вторгнення «Органічна ініціатива» сфокусувала зусилля на підтримці життєздатності сектору. У травні 2022 року була запущена Грантова програма «Підтримка органічного сектору в Україні», яка надала пряму фінансову допомогу постраждалим операторам (понад 70 операторів у першій фазі). Спілка активно збирає запити від виробників та координує допомогу від міжнародних партнерів.

«Органічна ініціатива» тісно співпрацює з міжнародними донорами та проектами, такими як швейцарсько-українська програма QFTP (яку впроваджує FiBL) та німецько-український проєкт COA, а також з державними установами, як-от ДУ «Офіс з розвитку підприємництва та експорту» [43].

Для систематизації аналізу ринку, проведемо SWOT-аналіз (Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1.

SWOT-аналіз органічного сектору України

Внутрішні фактори	Зовнішні фактори
Сильні сторони (Strengths)	Можливості (Opportunities)
1. Значний агро-ресурсний потенціал (родючі ґрунти).	1. Стабільне зростання світового попиту на органічну продукцію.

<ol style="list-style-type: none"> 2. Географічна близькість до ЄС – ключового ринку споживання. 3. Наявність досвідчених операторів та сильної "органічної школи". 4. Визнані на міжнародному рівні національні органи сертифікації. 5. Сформована репутація України як ТОП-5 постачальника до ЄС. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Стратегія ЄС «European Green Deal» (25% органічних земель до 2030 року). 3. Можливість диверсифікації експорту на преміальні ринки (США, Канада, Азія). 4. Стратегічний перехід від сировини до продукції з високою доданою вартістю (переробка). 5. Формалізація та повільне зростання внутрішнього ринку. 6. Доступ до міжнародних програм технічної та фінансової підтримки (QFTP, COA, гранти від ГС «Органічна ініціатива»).
Слабкі сторони (Weaknesses)	Загрози (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Критична сировинна орієнтація експорту (низька додана вартість). 2. Надмірна концентрація експорту на одному ринку (ЄС). 3. Слабкий та нерозвинений внутрішній ринок (низька купівельна спроможність). 4. Низька обізнаність внутрішніх споживачів та проблема «грінвошингу». 5. Недостатня кооперація дрібних виробників. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Повномасштабна війна: пряма окупація земель, мінування, руйнування активів, втрата персоналу. 2. Логістичні бар'єри: блокада морських портів, висока вартість та обмежена пропускна здатність сухопутних коридорів. 3. Глобальна інфляція та ризик рецесії, що знижує попит на преміальні товари. 4. Посилення конкуренції на ринку ЄС. 5. Брак державної фінансової підтримки (на відміну від ЄС).

Джерело: складено автором на основі узагальнення відкритих аналітичних матеріалів

Таблиця 2.1 узагальнює результати SWOT-аналізу органічного сектору України та дозволяє систематизувати ключові внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на його розвиток. Отримані результати свідчать про наявність значного стратегічного потенціалу галузі, який може бути реалізований за умов ефективної адаптації до ринкових і макроекономічних викликів.

До основних сильних сторін належать вагомий аграрний ресурс України, конкурентні переваги чорноземів, наявність кваліфікованих органічних операторів, а також міжнародне визнання національних органів сертифікації. Важливим чинником є сформована позитивна репутація України як одного з провідних постачальників органічної продукції до ЄС, що зміцнює довіру міжнародних партнерів і сприяє розширенню присутності на зовнішніх ринках.

У блоці можливостей особливо значущими є глобальне зростання попиту на органічні продукти, а також реалізація Європейського зеленого курсу, що передбачає збільшення площ органічного землеробства в державах ЄС до 25% до 2030 року. Це створює додаткові можливості для експорту української продукції. Також перспективним є розвиток переробки та вихід на преміальні ринки США, Канади та Азії. Важливими є й міжнародні програми технічної допомоги, що надають доступ до фінансових інструментів для підтримки виробників.

Разом із тим, органічний сектор має низку слабких сторін, серед яких домінування сировинної моделі експорту, низький рівень доданої вартості, слабка структура внутрішнього ринку та обмежена купівельна спроможність споживачів. Відсутність широкої кооперації між дрібними виробниками обмежує можливість масштабування, а поширення практик «грінвошингу» негативно впливає на довіру до ринку.

У блоці загроз ключову роль відіграють наслідки повномасштабної війни: втрата земель, мінування, руйнування інфраструктури та логістичні бар'єри. Додатковими ризиками є глобальна економічна нестабільність, посилення конкуренції на ринку ЄС та відсутність державних програм підтримки, зіставних із європейськими.

Узагальнюючи, SWOT-аналіз показує, що органічний сектор України перебуває на етапі високої турбулентності, однак володіє значним потенціалом для розвитку. Реалізація стратегічних можливостей можлива за умови подолання слабких сторін та мінімізації впливу зовнішніх загроз, що потребує злагодженої взаємодії держави, ринку та міжнародних партнерів.

2.3. Експортний потенціал української органічної продукції

Експорт є та залишається локомотивом органічного сектору України. Аналіз географії збуту у 2023 році показує, що понад 90% української органічної продукції було спрямовано на зовнішні ринки (переважно до Європи), що підтверджує

критичну важливість експортного потенціалу. Аналіз цього потенціалу в умовах війни виявляє надзвичайну стійкість сектору, але водночас оголює його системні вразливості.

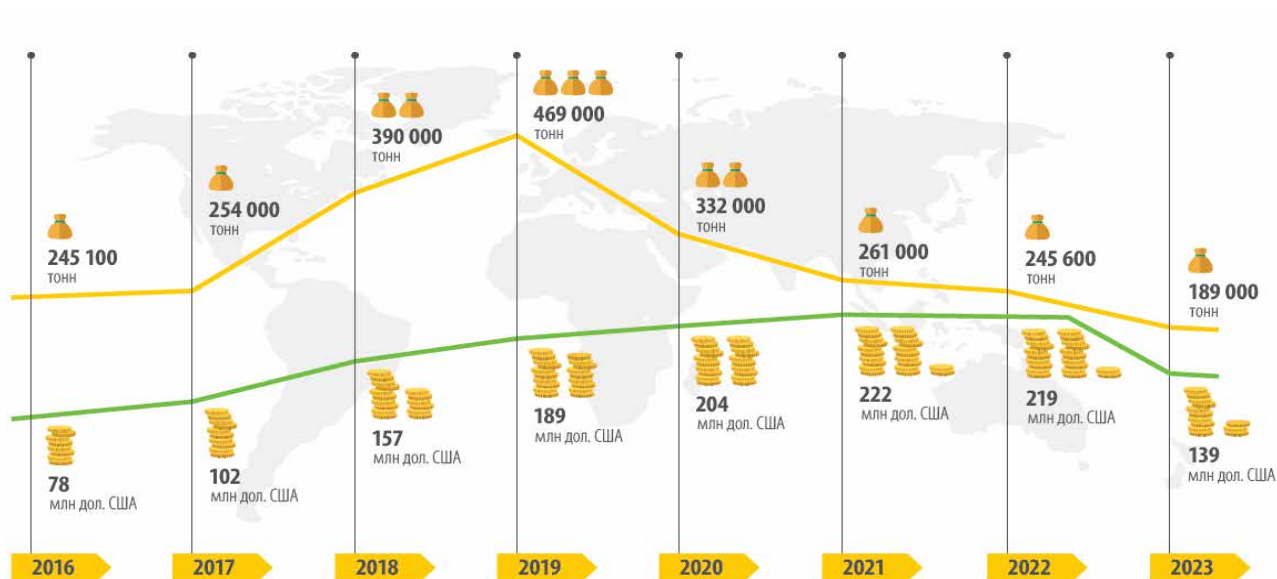


Рисунок. 2.6. Динаміка продажів української органічної продукції на зовнішньому ринку (2016-2023 рр.)

Джерело: [42]

Аналіз даних з Рис. 2.6 показує наступну динаміку:

- Довоєнний пік: Сектор демонстрував зростання до 2021 року, коли було досягнуто пікового показника вартості експорту – \$222 мільйони. При цьому пік фізичного обсягу було пройдено раніше, у 2019 році (469 000 тонн).
- 2022 (Шок та ціновий парадокс): Перший рік повномасштабного вторгнення призвів до логістичного колапсу та падіння фізичних обсягів експорту з 261 000 тонн (у 2021 р.) до 245 600 тонн. Однак, вартість експорту, всупереч очікуванням, майже не змінилася, склавши \$219 мільйонів (порівняно з \$222 млн у 2021 р.). Цей парадокс пояснюється стрибком цін на продовольство у 2022 році,

який компенсував фізичне падіння обсягів.

- 2023 (Корекція ринку): У 2023 році світові ціни на продовольство стабілізувалися, і реальний ефект війни проявився повною мірою. Відбулося різке падіння як фізичних обсягів (до 189 000 тонн), так і вартості експорту (до \$139 мільйонів).

Незважаючи на падіння, Україна зберегла статус ключового гравця. За даними імпоротної статистики ЄС за 2023 рік, Україна посіла 5-те місце серед усіх постачальників органічної продукції до ЄС, експортувавши 173 720 тонн, що склало 7,0% від усього органічного імпорту до ЄС.



РОЗПОДІЛ ЕКСПОРТУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ З УКРАЇНИ ЗА ЧАСТИНАМИ СВІТУ

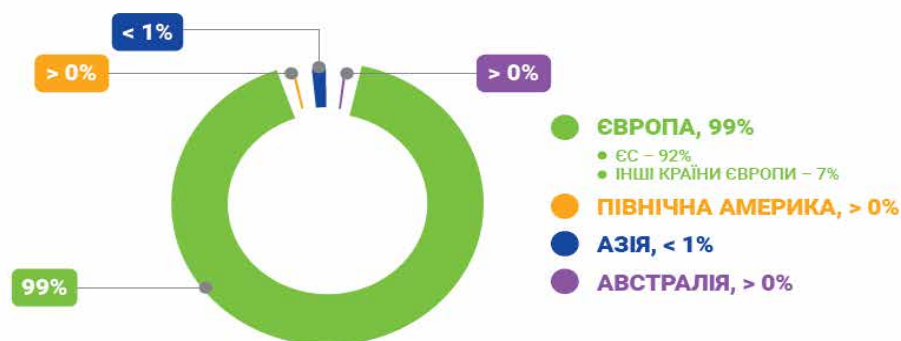


Рисунок. 2.7. Огляд експорту органічної продукції з України, 2023 рік

Джерело: [42]

Географія експорту, як показано на Рис. 2.7, є надзвичайно концентрованою. У 2023 році 99% українського органічного експорту було спрямовано до Європи, з них 92% – безпосередньо до країн ЄС, і 7% – до інших країн Європи. Експорт до Північної Америки та Азії був майже нульовим (<1%). Загалом продукція

експортувалася до 29 країн, а основними країнами-імпортерами стали Нідерланди, Австрія та Німеччина. Ця гіперконцентрація на одному ринку є стратегічною вразливістю, особливо в умовах логістичних обмежень війни.

Незважаючи на динаміку відновлення, аналіз товарної структури експорту виявляє ключову системну проблему – критичну сировинну спрямованість. Україна закріпила за собою на світовому ринку роль постачальника непереробленої сировини.

У 2023 році було експортовано 59 видів органічних товарів, проте трійка лідерів (кукурудза, соя та пшениця) чітко вказує на сировинну модель. Детальний аналіз топ-10 експортних продуктів представлено у Рисунку 2.4.

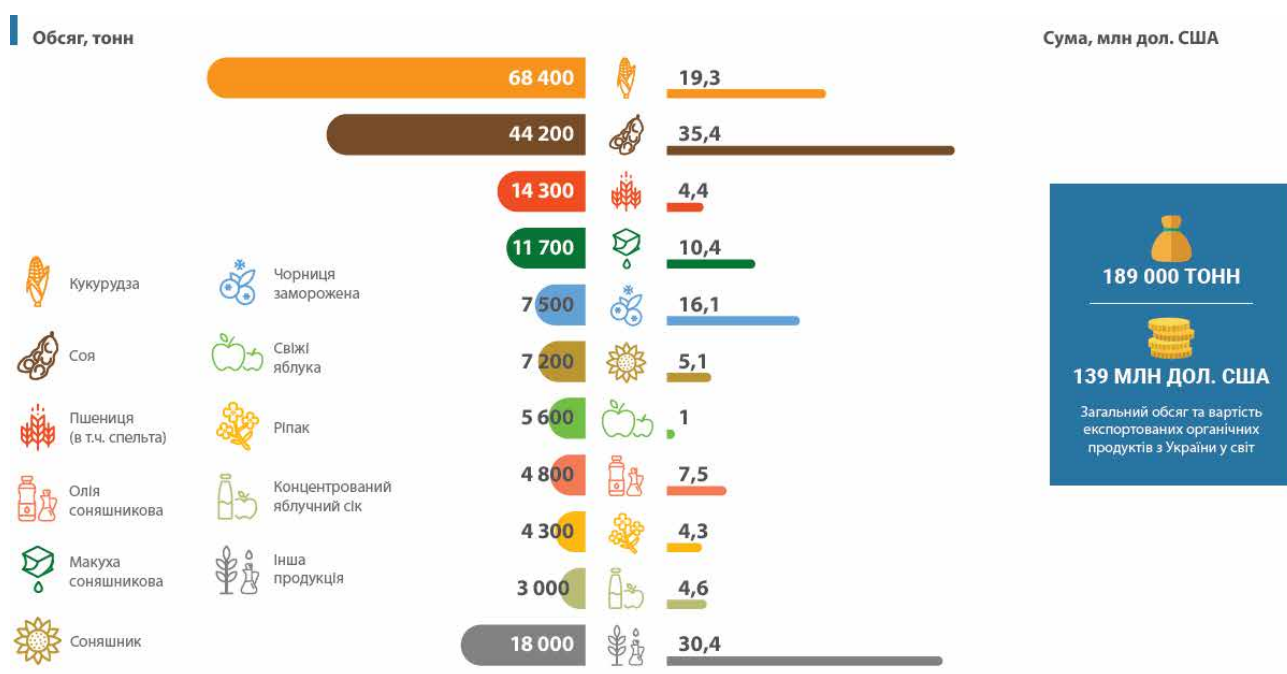


Рисунок. 2.8. ТОП 10 експортованих органічних продуктів з України у світ 2023 рік

Джерело: [42]

Як свідчать дані рис. 2.8, три головні сировинні культури (кукурудза, соя, пшениця) складають 126 900 тонн, або 67% від усього фізичного обсягу експорту.

Водночас, таблиця демонструє значний потенціал продуктів з вищою цінністю. Наприклад, соя (\$35,4 млн) та олія соняшникова (\$7,5 млн) приносять значно більше доходу на тонну, ніж зернові. Чорниця заморожена (\$16,1 млн) та концентрований яблучний сік (\$4,6 млн) є прикладами успішного експорту продукції первинної та вторинної переробки. Дані експорту до ЄС (173 720 тонн на \$129 млн) майже повністю дублюють світову структуру, що підтверджує – ЄС є основним ринком для всіх ключових товарів.

Виклики та бар'єри для експорту:

1. Воєнні ризики: Окупація та мінування земель, руйнування інфраструктури, втрата активів.
2. Логістичні бар'єри: Блокування морських портів є ключовим викликом, що унеможливорює ефективний експорт до віддалених ринків Азії та Америки (що видно з 99% концентрації на Європі) і змушує використовувати дорогу сухопутну логістику.
3. Фінансові та юридичні ризики: Високі ризики невиконання контрактів (форс-мажор), відсутність страхування воєнних ризиків, касові розриви у виробників.
4. Ринкові бар'єри: Надмірна концентрація на ринку ЄС (92%) та сировинна орієнтація створюють високу вразливість до цінової кон'юнктури та політичних рішень в одному регіоні.

Перспективи: Диверсифікація та Додана Вартість Стратегічний потенціал полягає у вирішенні двох ключових слабкостей: сировинної моделі та географічної концентрації.

- Перехід до доданої вартості (Value-Added): Переробка сировини в Україні (виробництво круп, олій, соків, снєків) дозволить збільшити валютну виручку, створити робочі місця та зменшити вразливість до логістичних витрат.

- Диверсифікація ринків:

- США: Найбільший світовий ринок (\$59 млрд у 2023 р.). Високий

імпортний попит на органічні фрукти (ягоди), олії, каву. Вимагає сертифікації USDA NOP.

- Канада: 5-й ринок у світі (5,4 млрд CAD). Ключова перевага – Угода про вільну торгівлю (CUFTA). Ринок є дефіцитним та перспективним для переробленої продукції.

- Азія (Японія, Пд. Корея): Преміальні ринки з високими темпами зростання (CAGR 8-9,7%). Попит зміщується у бік готових продуктів: снеки, мюслі, хліб (Японія), дитяче харчування (Пд. Корея).

РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ

3.1. Обґрунтування вибору цільових міжнародних ринків

Аналіз експортного потенціалу, проведений у Розділі 2, виявив дві системні та взаємопов'язані вразливості українського органічного сектору:

1. Критична ринкова концентрація: В умовах війни відбулося подальше посилення залежності від одного ринку. У 2023 році майже 99% українського органічного експорту було спрямовано до країн Європи (з них 92% – безпосередньо до ЄС).

2. Критична сировинна концентрація: Експортна структура залишається переважно сировинною, з домінуванням зернових та олійних культур.

В умовах воєнних дій, блокування морських портів та значного здорожчання сухопутної логістики, ця гіперконцентрація на одному ринку збуту, до того ж із продукцією низького ступеня переробки, стає стратегічною загрозою. Подальше нарощування сировинного експорту до ЄС стикається з логістичними обмеженнями та політичним тиском.

Тому стратегічною метою для України має стати диверсифікація експорту – як географічна (пошук нових ринків збуту), так і товарна (перехід до продуктів з високою доданою вартістю). Пріоритетними напрямками для диверсифікації є преміальні ринки з високою платоспроможністю населення, розвиненою культурою споживання органіки та, в ідеалі, дефіцитом власного виробництва. На основі аналізу світового ринку (Розділ 1.3), найбільш перспективними ринками (поза ЄС) є США, Канада та країни Азії.

Сполучені Штати є ринком №1 у світі за обсягом споживання органічної продукції.

- Обсяг ринку: У 2022 році ринок США сягнув 56,6 млрд євро, у 2023 році –

59,0 млрд євро, а за даними Organic Trade Association, у 2024 році продажі досягли \$71,6 млрд, показавши зростання на 5,2%, що вдвічі перевищило темпи зростання загального продовольчого ринку.

- Споживчі тренди: Попит стимулюється високою обізнаністю про здоров'я та велнес. Споживачі активно шукають продукти «clean-label» (чиста етикетка) та готові платити преміальну ціну за якість.

- Імпортний попит: Ринок США є високо залежним від імпорту для задоволення внутрішнього попиту. У 2024 році вартість імпорту органіки сягнула \$5,7 млрд. Ключові імпортні категорії, що перетинаються з експортним потенціалом України, – це фрукти та ягоди. США активно імпортують органічну чорницю (\$343,8 млн), малину (\$225,9 млн), авокадо, огірки, а також каву, оливкову олію та соєві боби.

- Бар'єри: Необхідність сертифікації за стандартом USDA NOP та висока вартість трансатлантичної логістики.

Канада є п'ятим за обсягом органічним ринком у світі, обсяг якого оцінюється у 5,4 млрд канадських доларів.

- Стратегічна перевага: Ключовим фактором привабливості цього ринку є Угода про зону вільної торгівлі між Україною та Канадою (CUFTA), яка набула чинності у 2017 році та обнуляє більшість мит для українських товарів.

- Ринкова можливість: Ринок Канади є дефіцитним. Країна імпортує значно більше органічної продукції, ніж експортує (наприклад, у 2016 році імпорт склав 637 млн CAD).

- Споживчий попит: Канадці витрачають значні кошти на органіку (близько 150 CAD на місяць на особу). Через високу вартість логістики, найбільш привабливими для експорту є продукти переробки з високим терміном придатності (соки, снеки, рослинні олії). Особливо перспективною є ніша органічних продуктів для дітей.

- Бар'єри: Транспортна віддаленість, необхідність сертифікації за стандартом

COR (Canada Organic Regime).

Ринки Азії (Японія та Південна Корея) є преміальними, технологічно розвиненими та демонструють високі темпи зростання попиту на органічну продукцію.

Ринок Японії:

1. Обсяг ринку: Оцінюється в 1,7 млрд USD у 2024 році з прогнозованим високим CAGR 9,7%.

2. Споживчі тренди: Попит зумовлений високою свідомістю щодо здоров'я, особливо після пандемії. На відміну від ринків ЄС чи США, японський ринок демонструє вибухове зростання у «нетрадиційних» категоріях: органічний хліб, мюслі, спагеті, снеки, шоколад, а також ячмінний чай. Це свідчить про попит саме на готові, перероблені продукти.

3. Бар'єри: Логістика, необхідність сертифікації JAS, культурні особливості.

Ринок Південної Кореї:

1. Обсяг ринку: Оцінювався в 1,72 млрд USD у 2024 році з прогнозованим CAGR 8,0%.

2. Споживчі тренди: Споживачі мають високу довіру до відомих брендів та готові платити преміальну ціну за якість.

3. Імпортний попит: Високий попит спостерігається у сегментах дитячого харчування, фруктів та овочів.

4. Бар'єри: Логістика, сертифікація за стандартами MAFRA, висока конкуренція брендів.

Систематизований аналіз пріоритетних ринків для диверсифікації наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Порівняльний аналіз пріоритетних ринків для диверсифікації українського органічного експорту

Характеристика	Ринок США	Ринок Канади	Ринок Японії	Ринок Пд. Кореї
Обсяг ринку (2023-2024)	\$71,6 млрд (№1 у світі)	5,4 млрд CAD (№5 у світі)	\$1,7 млрд	\$1,72 млрд
Прогноз зростання (CAGR)	Стабільне (7,2%)	Стабільне (ринок дефіцитний)	Високе (9,7%)	Високе (8,0%)
Ключові імпортні потреби	Ягоди (чорниця), фрукти, авокадо, олії, соя	Продукти переробки (соки, снеки, олії), дитяче харчування	Продукти переробки (мюслі, снеки, хліб, чай)	Дитяче харчування, фрукти, овочі
Стандарт сертифікації	USDA NOP	COR (Canada Organic Regime)	JAS (Japanese Agricultural Standards)	MAFRA Standard
Стратегічна перевага для України	Найбільша ємність ринку	Угода про вільну торгівлю (CUFTA)	Високий попит на інноваційні та перероблені продукти	Високий попит на преміальні бренди (дитяче харчування)
Основний бар'єр	Логістика, сертифікація USDA	Логістика	Логістика, сертифікація JAS	Логістика, сертифікація

Джерело: складено автором на основі узагальнення відкритих аналітичних матеріалів

Аналіз таблиці 3.1 свідчить, що всі цільові ринки є перспективними, але мають спільну рису: вони не зацікавлені в імпорті української сировини (зерна чи сої) у тих обсягах, які споживає ЄС. Ці преміальні ринки вимагають готових, брендovаних продуктів з високою доданою вартістю.

3.2. Розробка комплексної експортної стратегії

Перехід від ситуативної торгівлі сировиною до системної присутності на високомаржинальних ринках вимагає розробки комплексної експортної стратегії. Вона має базуватися на трансформації класичного маркетингового міксу (4P) з урахуванням специфіки органічного сектору та умов воєнного часу:

1. Продуктова стратегія (Product Strategy): Імператив доданої вартості.

Критичною умовою виживання та розвитку галузі є зміна структури експорту з сировинної моделі (Commodity) на продуктову (Value-Added). Експорт сировини робить Україну вразливою до коливань біржових цін та логістичних витрат, тоді як перероблена продукція має вищу маржу та стійкіший попит.

Глибинна переробка та інгредієнти: Замість експорту органічної сої чи соняшнику як сировини, доцільно фокусуватися на продуктах їх переробки: органічні олії, макуха, соєвий лецитин, текстуровані рослинні протеїни. Це відповідає глобальному тренду на рослинні альтернативи (plant-based). Прикладом успішної реалізації цієї стратегії є компанія "Укролія", яка експортує органічну високоолеїнову соняшникову олію до США та ЄС, та "Органік Мілк", яка постачає сухе молоко та масло на ринки Азії.

Нішева спеціалізація: Використання унікальних агрокліматичних умов України для вирощування та переробки ягід. Експорт заморожених (IQF) та сублимованих ягід (чорниця, малина, бузина) має високий потенціал у США та Канаді. Компанії "Alta Kraina" та "BigBlue" успішно інтегруються в глобальні ланцюги постачання заморожених ягід. Окремий перспективний напрямок — інноваційні продукти на основі ягід, наприклад, технологія гідродинамічної обробки ягідних паст компанії "Liqberry", що дозволяє зберігати продукт без консервантів та експортувати його до Японії.

Брендинг та пакування: Для виходу на полиці супермаркетів (B2C) необхідна адаптація пакування під вимоги конкретного ринку (наприклад, менші фасування для Японії, сімейні упаковки для США та Канади) та відповідність екологічним стандартам пакування (eco-friendly packaging), що стає нормою в ЄС та Північній Америці.

2. Цінова стратегія (Pricing Strategy): Від "Cost-Plus" до "Value-Based".

В умовах здорожчання логістики українська продукція втрачає цінову конкурентоспроможність у сегменті дешевої сировини. Єдиним виходом є перехід до стратегії ціноутворення на основі цінності (Value-Based Pricing).

Обґрунтування премії: Ціна має включати не лише собівартість, а й "надбавку за цінність". Ціннісна пропозиція українського продукту може будуватися на таких стовпах:

- Екологічна чистота: вирощування на унікальних чорноземах.
- Стійкість (Resilience): купівля українського продукту — це підтримка фермерів, що працюють в умовах війни, внесок у глобальну продовольчу безпеку. Цей емоційний наратив є потужним драйвером у США, Канади та ЄС.

- Прозорість: Гарантія походження та якості, підтверджена міжнародними сертифікатами.

3. Стратегія розподілу (Place/Distribution Strategy): Оптимізація та скорочення ланцюгів

Традиційна схема "виробник -> трейдер -> переробник в ЄС" залишає значну частину прибутку посередникам. Стратегія має бути спрямована на скорочення ланцюга постачання.

Пряма дистрибуція та Private Label: Налагодження прямих контрактів з європейськими та американськими рітейлерами для виробництва продукції під їхніми власними торговими марками (Private Label). Це дозволяє завантажити виробничі потужності та отримати гарантований збут.

Електронна комерція (E-commerce): Для продуктів з тривалим терміном зберігання (снеки, мед, пасти, чаї) перспективним каналом є глобальні маркетплейси (Amazon, iHerb) та локальні платформи в Азії. Розвиток цифрової торгівлі в ЄС, США, Канаді та Японії створює сприятливі умови для D2C (Direct-to-Consumer) моделі.

Експортна кооперація: Об'єднання малих та середніх виробників у експортні консорціуми або кооперативи дозволяє формувати великі товарні партії, необхідні для системних покупців, та оптимізувати логістичні витрати. Прикладом може слугувати кооперація в ягідному секторі, де консолідація обсягів дозволяє виконувати контракти з великими мережами.

4. Стратегія просування (Promotion Strategy): " UKRAINE ORGANIC ".

Маркетингова комунікація повинна бути консолідованою та професійною. Національні павільйони: Участь у провідних міжнародних виставках — BioFach (Нюрнберг), SIAL (Париж), Anuga (Кельн) — у форматі єдиних національних стендів є найефективнішим інструментом B2B просування. Це демонструє масштаб галузі та надійність постачальників. Наприклад, на Gulfood 2025 український стенд провів понад 530 B2B зустрічей, що підтверджує ефективність такого формату.

Цифровий маркетинг: Активне використання LinkedIn для лідогенерації у B2B сегменті та створення якісного англomовного контенту (каталоги експортерів, відео про виробництво). Проекти, такі як каталог українських органічних експортерів, підтриманий іноземними донорами, відіграють важливу роль у підвищенні видимості українських компаній.

3.3. Рекомендації щодо подолання бар'єрів та мінімізації ризиків при експорті

Реалізація амбітної експортної стратегії в умовах триваючої війни наштовхується на комплекс системних бар'єрів. Для їх подолання необхідна синергія зусиль держави, бізнесу та міжнародних партнерів.

1. Подолання логістичних викликів: Мультиmodalність та диверсифікація маршрутів.

Логістика залишається "вузьким місцем" українського експорту. Блокування морських портів на початку вторгнення змусило переорієнтувати потоки на Дунайські порти (Рені, Ізмаїл) та західні сухопутні переходи ("Шляхи солідарності"). У 2024-2025 роках ситуація змінилася: відкриття українського морського коридору дозволило повернути значні обсяги експорту до портів Одеси, що призвело до падіння перевалки в Дунайських портах на 46%. Проте, покладання

лише на один маршрут є стратегічно небезпечним.

- Стратегія диверсифікації маршрутів: Необхідно підтримувати функціонування Дунайського логістичного кластеру як резервного каналу. Держава повинна забезпечити збалансовану тарифну політику для збереження конкурентоспроможності альтернативних шляхів.

Мультимодальні контейнерні перевезення: Розвиток контейнерних перевезень залізницею до портів-хабів Європи (Гданськ, Гдиня, Констанца, Гамбург) дозволяє обійти черги на автомобільних пунктах пропуску та забезпечити ритмічність поставок, що критично важливо для виконання контрактів з ритейлом.

Консолідація: Створення консолідаційних складів (хабів) на території Польщі або Румунії дозволить українським виробникам зберігати продукцію ближче до клієнта та здійснювати поставки в режимі "just-in-time", мінімізуючи ризики форс-мажорів на кордоні.

2. Мінімізація фінансових та воєнних ризиків: Страхування та підтримка.

Неможливість страхування вантажів та інвестицій від воєнних ризиків довгий час була головним стоп-фактором для розвитку.

Механізми страхування: У 2024-2025 роках запрацювали реальні інструменти страхування. Експортно-кредитне агентство України (ЕКА) розпочало прийом заявок на страхування інвестицій від воєнних та політичних ризиків. Агентство MIGA (група Світового банку) надає гарантії для іноземних інвесторів. Американська DFC також пропонує програми перестраховування. Українським експортерам необхідно активно інтегрувати ці інструменти у свої бізнес-моделі для доступу до торгового фінансування.

Державна програма компенсації: Уряд України запустив механізм компенсації вартості страхування для бізнесу (наприклад, покриття до 2/3 вартості полісу), що робить цей інструмент доступнішим для МСБ.

3. Регуляторна адаптація та сертифікація.

Забезпечення відповідності міжнародним стандартам є перепусткою на

глобальні ринки.

Подвійна та потрібна сертифікація: Для реалізації стратегії диверсифікації компаніям рекомендується проходити сертифікацію не лише за стандартом ЄС (Euro-leaf), а й паралельно за стандартами NOP (США), COR (Канада) та, за можливості, JAS (Японія). Хоча це вимагає додаткових витрат (реєстраційні внески JAS, інспекції), це є інвестицією в доступ до найбагатших ринків світу. Українські органи сертифікації, такі як "Органік Стандарт", мають необхідні акредитації для проведення інспекцій за більшістю цих стандартів, що спрощує процес для виробників.

Гармонізація законодавства: Завершення імплементації Закону № 2496-VIII та повна гармонізація з новим Регламентом (ЄС) 2018/848 є критично важливими для збереження статусу еквівалентності та безперешкодного експорту до ЄС. Особливу увагу слід приділити впровадженню групової сертифікації для малих фермерів, що дозволить їм знизити витрати на вихід на ринок.

4. Фінансова підтримка через грантові програми.

В умовах дефіциту обігових коштів грантова підтримка від міжнародних донорів є життєво необхідною. Програми USAID ("Конкурентоспроможна економіка України", АГРО), швейцарсько-українська програма QFTP, німецький проєкт СОА та ініціативи ЄС надають гранти на:

- Сертифікацію органічного виробництва.
- Закупівлю обладнання для переробки та пакування.
- Участь у міжнародних виставках (покриття витрат на стенд та логістику).
- Консалтинг та маркетингові дослідження. Активне залучення цих ресурсів дозволить українським компаніям модернізувати виробництво та вийти на нові ринки з мінімальним навантаженням на власний капітал.

ВИСНОВКИ

Проведене у магістерській кваліфікаційній роботі комплексне дослідження стану та перспектив розвитку ринку органічної продукції України дозволяє зробити наступні узагальнюючі висновки та сформулювати пропозиції:

1. Стратегічна стійкість сектору. Органічний сектор України продемонстрував феноменальну життєздатність в умовах повномасштабної війни. Незважаючи на окупацію частини земель, руйнування інфраструктури та логістичну блокаду, Україна зберегла статус одного з провідних постачальників органічної продукції до ЄС (5-те місце у 2023 році) та відновила обсяги експорту у 2024 році. Це свідчить про сформовану інституційну зрілість галузі та професіоналізм операторів ринку.

2. Необхідність трансформації моделі. Домінуюча модель "експорт сировини" вичерпала свій потенціал зростання і робить галузь вразливою. Майбутнє сектору лежить у площині створення доданої вартості всередині країни — через переробку, брендинг та інтеграцію в глобальні ланцюги постачання готової продукції (B2C, Private Label).

3. Географічна диверсифікація як імператив. Залежність від одного ринку (ЄС) є стратегічним ризиком. Найбільший потенціал для експансії мають ринки Північної Америки (США, Канада) та Азії (Японія). Кожен з цих ринків вимагає специфічного підходу: від адаптації сертифікації (NOP, COR, JAS) до врахування культурних особливостей споживання.

4. На основі отриманих результатів пропонуються наступні практичні рекомендації: змінити фокус: Перейти від продажу "commodities" (зерно, олія наливом) до "value-added products" (фасована олія, рослинні протеїни, ягідні пасти, здорові снеки). Інвестувати в технології глибокої переробки та сучасні лінії пакування. Диверсифікувати ринки: Активно виходити на ринки США, Канади та Азії, використовуючи можливості електронної комерції та прямих контрактів.

Отримати відповідні сертифікації (NOP, COR, JAS) для усунення бар'єрів входу.
Об'єднувати зусилля: Створювати експортні альянси та кооперативи для оптимізації логістики, формування великих партій товару та спільного маркетингу.
Використовувати інструменти підтримки: Активно подаватися на грантові програми для фінансування розвитку та використовувати інструменти страхування воєнних ризиків від ЕКА та міжнародних організацій.

5. Дипломатична підтримка: Активізувати роботу торгових місій для просування бренду "Organic Ukraine" на цільових ринках (США, Канада, Японія).
Сприяти укладанню угод про взаємне визнання органічних стандартів з країнами поза межами ЄС.
Логістична інфраструктура: Забезпечити стабільність та прогнозованість тарифної політики на залізничні перевезення до дунайських портів та розвивати інфраструктуру західних прикордонних переходів для прискорення експорту.
Промоція: Продовжувати практику організації національних павільйонів на ключових світових виставках (BioFach, Gulfood, Anuga) за підтримки держави та донорів, оскільки це є найефективнішим інструментом формування іміджу України як надійного постачальника якісної продовольчої продукції.

6. Реалізація запропонованих стратегічних напрямів дозволить трансформувати органічний сектор України з "сировинного донора" у глобального гравця на ринку високоякісних, безпечних та екологічних продуктів харчування, що сприятиме економічному відновленню та сталому розвитку держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверчев О.В., Нікітенко М.П. Органічне виробництво в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку/ *Таврійський науковий вісник*. 2024. Вип. 136, ч. 1. С. 14–21. URL: https://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/136_2024/part_1/136-1_2024.pdf
2. Бялковська О., Попрозман Н., Зеленський А., Федорчук Н., Гук Я. Перспективи впровадження «зеленої» економіки в аграрний сектор України на найближчі 10 років/ *Наукові горизонти*. 2024.Т. 27, № 6. С. 163–176. DOI: [10.48077/scihor6.2024.163/](https://doi.org/10.48077/scihor6.2024.163/)
3. В Україні 350 тисяч гектарів сільськогосподарських земель мають органічний статус. *AgroWeek* : веб-сайт. URL: <https://agroweek.com/agrobiznes/ukrayini-350-tysyach-gektariv-silskogospodarskyh/> (дата звернення: 09.11.2025).
4. Городняк І. В., Петровський С. В. Аналіз ринку органічної продукції в Україні. Економічний простір. 2023. № 184. С. 31–35. Городняк І. В., Петровський С. В. Аналіз ринку органічної продукції в Україні. *Економічний простір*. 2023. № 184. С. 31–35. Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-5>
5. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2020/427 від 13 січня 2020 року про перехідні заходи для операторів у сфері органічного виробництва. URL: [EUR-Lex](#)
6. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2021/1189 від 7 травня 2021 року щодо використання неорганічних інгредієнтів у переробці органічної продукції. URL: [EUR-Lex](#)
7. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2021/1691 від 12 липня 2021 року щодо органічного виноробства. URL: [EUR-Lex](#)

8. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2021/1698 від 13 липня 2021 року щодо визнання органів контролю в третіх країнах. URL: [КМУ](#)
9. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2021/2305 від 13 жовтня 2021 року щодо реєстрації операторів у базі TRACES. URL: [EUR-Lex](#)
10. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2021/2306 від 13 жовтня 2021 року щодо сертифікації імпорту органічної продукції. URL: [EUR-Lex](#)
11. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2021/2307 від 13 жовтня 2021 року щодо визнання органів контролю для імпорту. URL: [EUR-Lex](#)
12. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2022/474 від 15 грудня 2021 року щодо категорій продукції. URL: [EUR-Lex](#)
13. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2022/216 від 14 грудня 2021 року щодо органічної аквакультури. URL: [EUR-Lex](#)
14. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2023/905 від 25 січня 2023 року щодо органічних кормів. URL: [EUR-Lex](#)
15. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2023/121 від 25 жовтня 2022 року щодо добрив. URL: [EUR-Lex](#)
16. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2023/2419 від 18 жовтня 2023 року щодо органічних кормів для домашніх тварин. URL: [ORGANI.KAM](#)
17. Європейська Комісія. Делегований Регламент (ЄС) 2024/112 від 12 січня 2024 року щодо упаковки органічної продукції. URL: [EUR-Lex](#)
18. Європейська Комісія. Імплементативний Регламент (ЄС) 2021/2119 від 1 грудня 2021 року щодо процедур контролю та сертифікації. URL: [EUR-Lex](#)
19. Європейська Комісія. Імплементативний Регламент (ЄС) 2021/2325 від 13 грудня 2021 року щодо торгівлі з третіми країнами. URL: [EUR-Lex](#)
20. Європейська Комісія. Імплементативний Регламент (ЄС) 2021/279 від 22 лютого 2021 року щодо групової сертифікації. URL: [EUR-Lex](#)

21. Європейська Комісія. Імплементацийний Регламент (ЄС) 2022/145 від 2 лютого 2022 року щодо переробки органічної продукції. URL: [EUR-Lex](#)
22. Європейська Комісія. Імплементацийний Регламент (ЄС) 2022/147 від 2 лютого 2022 року щодо маркування органічної продукції. URL: [EUR-Lex](#)
23. Європейська Комісія. Імплементацийний Регламент (ЄС) 2022/1453 від 3 серпня 2022 року щодо насіння. URL: [EUR-Lex](#)
24. Європейська Комісія. Імплементацийний Регламент (ЄС) 2023/1234 від 25 травня 2023 року щодо електронної сертифікації. URL: [EUR-Lex](#)
25. Європейська Комісія. Імплементацийний Регламент (ЄС) 2023/456 від 1 березня 2023 року щодо контролю в державах-членах. URL: [EUR-Lex](#)
26. Європейська Комісія. Імплементацийний Регламент (ЄС) 2024/215 від 15 лютого 2024 року щодо реєстрації операторів. URL: [EUR-Lex](#)
27. Європейський парламент і Рада Європейського Союзу. Регламент (ЄС) 2018/848 від 30 травня 2018 року про органічне виробництво та маркування органічної продукції, а також про скасування Регламенту (ЄС) № 834/2007. *Офіційний вісник ЄС*, L 150, 14.06.2018, с. 1–92.
28. Загривенко К., Дейнеко О. Дослідження поточного стану, планів і потреб українських експортерів органічних продуктів. Київ : ГС «Органічна ініціатива», 2025. 28 с. URL: https://organicinitiative.org.ua/news/organic_exporters_study/
29. Закон України від 10.07.2018 р. № 2496-VIII. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text> (дата звернення: 09.11.2025).
30. Закон України. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції 13204 (проект) URL: <https://www.kmu.gov.ua/bills/proekt-zakonu-pro-osnovni-pryntsypy-ta-vymohy-do-orhanichnoho-vyrobnytstva-obihu-ta-markuvannia-orhanichnoyi-produktsiyi> (дата звернення: 09.11.2025).
31. Законодавство про органічне виробництво приведуть у відповідність

до стандартів ЄС. *Ліга Закон Бізнес* : веб-сайт. 2025. URL: https://biz.ligazakon.net/analitycs/235885_uniknennya-rizikv-pri-eksport-tovarv-poradi-yurista (дата звернення: 09.11.2025).

32. Імпорт органічної продукції до ЄС і США, 2023 (Інфографіка) *Organicinfo.ua* : веб-сайт. 2024. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/eu-us-import-2025/> (дата звернення: 09.11.2025).

33. Копиця М. А. Основні тенденції розвитку аграрного законодавства ЄС: загальний огляд // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2024. – Вип. 43. – С. 243-250. – Режим доступу: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2024/06/43.pdf>

34. Матусевич Г. Д., Ткаченко М. А., Коломієць Л. П. та ін. Органічне виробництво в Україні в умовах воєнного стану / за ред. Я. М. Гадзала. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2022. 136 с. (Науково-методичне видання ННЦ «Інститут землеробства НААН»). URL: <https://dnsgb.com.ua/assets/files/2023/06/zbirnik-kviten-2023.pdf>

35. Національна експортна стратегія до 2030 року: на Міжнародному торговельному форумі представлені ключові пріоритети та стратегічні цілі. *Міністерство економіки України*: веб-сайт. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail/2eb5c34f-2957-4220-b1ab-01d27eff1a2f?lang=uk-UA&title=NatsionalnaEksportnaStrategiia> (дата звернення: 09.11.2025).

36. Негода Ю. В., Гудзь М. М. Ринок органічної продукції в Україні / *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. DOI: Негода Ю. В., Гудзь М. М. Ринок органічної продукції в Україні // *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. DOI: [10.32782/2524-0072/2023-54-34](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-34)

37. Органічний експорт: як закохати європейців в український мед. *EU4Business* : веб-сайт. URL: <https://eu4business.org.ua/success-stories/organic-export-making-europeans-fall-in-love-with-ukrainian-honey/> (дата звернення: 09.11.2025).

38. Органічний день в Україні: виробництво, споживання та експорт органічної продукції в цифрах. *АгроЕліта* : веб-сайт. URL:

<https://agroelita.info/orhanichnyy-den-v-ukraini-vyrobnytstvo-spozhyvannia-ta-eksport-orhanichnoi-produktsii-v-tsyfrakh/> (дата звернення: 09.11.2025).

39. Органічний ринок України та ЄС продовжує відновлюватись: результати 2024 року. *MilkUA.info* : веб-сайт. 2024. URL: <https://milkua.info/uk/post/organicnij-rinok-ukraini-ta-es-prodovzue-vidnovluvatis-rezultati-2024-roku> (дата звернення: 09.11.2025).

40. Органічний сектор України 2023: підсумки та прогнози. *Organicinfo.ua* : веб-сайт. 2024. URL: <https://organicinfo.ua/news/results-of-2023/> (дата звернення: 09.11.2025).

41. Петровська М. А., Петровський С. В. Органічне виробництво в Україні як пріоритетна складова сталого розвитку // Електронна бібліотека органічної платформи знань. 2023. URL: <https://dspace.organic-platform.org/items/c1a740cc-daa2-46e9-95ff-0e6b7acee373> (дата звернення: 09.11.2025).

42. Інфографіка. *Organicinfo.ua* : веб-сайт. 2024. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/> (дата звернення: 09.11.2025).

43. Про нас. ГС «Органічна ініціатива» : веб-сайт. URL: <https://organicinitiative.org.ua/about-us/> (дата звернення: 09.11.2025).

44. Прокопенко К.О., Удова Л.О. Сучасний стан та перспективи розвитку органічного виробництва в Україні: із думкою про майбутнє // Економіка і прогнозування. 2022. № 1. С. 160–172. URL: https://eip.org.ua/docs/EP_22_1_160_uk.pdf

45. Ринок органічної продукції України в умовах воєнної трансформації: тенденції торгівлі та експортні орієнтири. *ResearchGate* : веб-сайт. 2024. DOI: 10.13140/RG.2.2.23846.33604. URL: https://www.researchgate.net/publication/392230618_Rinok_organichnoi_produktsii_Ukraini (дата звернення: 09.11.2025).

46. Розвиток світового органічного сільського господарства. *Куркуль* : веб-сайт. URL: <https://kurkul.com/blog/311-rozvitok-svitovogo-organichnogo-sil'skogo->

[gospodarstva--infografika](#) (дата звернення: 09.11.2025).

47. Роздрібні продажі органічних продуктів в світі, 2023 (Інфографіка) *Organicinfo.ua* : веб-сайт. 2024. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/world-organic-retail-sales-2025/> (дата звернення: 09.11.2025).

48. Студінська Г. Я., Чемерис М. В. Проектне управління органічним виробництвом: фасилітаційні практики, цифрові рішення, сертифікація. // *Економіка та суспільство* 2025. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6489/6429> (дата звернення: 09.11.2025).

49. Тарас Висоцький: Україна стабільно входить до топ-5 постачальників органічної продукції до ЄС. *Міністерство аграрної політики та продовольства України*: веб-сайт. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail/2a892682-b5c9-47bc-a040-c271b7017c64?lang=uk-UA&title=TarasVisotskii-UkrainaStabilnoVkhoditDoTop5-PostachalnikovOrganichnoiProduktsiiDos> (дата звернення: 09.11.2025).

50. Тренд на органічне в Україні: як розвивається та що пропонує ринок. *Економічна Правда* : веб-сайт. 2024. URL: <https://epravda.com.ua/columns/2024/01/18/708903/> (дата звернення: 09.11.2025).

51. У 2024 році аграрна продукція склала 59% в загальному експорті. *Міністерство аграрної політики та продовольства України* : веб-сайт. 2025. URL: <https://minagro.gov.ua/news/u-2024-rotsi-aharna-produktsiia-sklala-59-v-zahalnomu-eksporti> (дата звернення: 09.11.2025).

52. Україна на 17,4% збільшила обсяги експорту органічної продукції до ЄС. *AgroTimes* : веб-сайт. 2025. URL: <https://agrotimes.ua/agromarket/ukrayina-na-174-zbilshyla-obsyagu-eksportu-organichnoyi-produktsiyi-do-yes/> (дата звернення: 09.11.2025).

53. Україна стала одним із головних постачальників органічної продукції до ЄС. *УкрАгроКонсалт* : веб-сайт. 2025. URL: <https://ukragroconsult.com/news/ukrayina-stala-odnym-iz-golovnyh-postachalynykiv->

[organichnoyi-produkcziyi-do-yes/](#) (дата звернення: 09.11.2025).

54. Штерма Т. В., Сучу В. В., & Башлай С. В. Розвиток зелених технологій в аграрному бізнесі України. Здобутки економіки: перспективи та інновації, 2024. - (13). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14516074>

55. Як розпочати експорт органічної продукції до Канади? *Чернігівська ОДА* : веб-сайт. URL: https://www.chernihiv-oblast.gov.ua/news/3127/yak_rozpochati_eksport_organichnoyi_produkciyi_do_kanadi/ (дата звернення: 09.11.2025).

56. Baby food market growth valued at \$85.8 bn in 2025 to reach \$133.3 bn by 2032. Persistence Market Research : web-site. 2025. URL: <https://www.openpr.com/news/4259344/baby-food-market-growth-valued-at-85-8-bn-in-2025-to-reach> (accessed: 09.11.2025).

57. Definition of Organic Agriculture. IFOAM – Organics International : web-site. 2008. URL: <https://www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic> (accessed: 09.11.2025).

58. European Commission. EU imports of organic agri-food products Key developments in 2023. 4th ed. Brussels: Agriculture and Rural Development, 2024. 19 p.

59. For more than a decade, the value of U.S. organic imports has increased. USDA ERS : web-site. 2025. URL: <https://www.ers.usda.gov/data-products/charts-of-note/chart-detail?chartId=111163> (accessed: 09.11.2025).

60. Fresh food trends 2025. NielsenIQ : web-site. 2024. URL: <https://nielseniq.com/global/en/insights/education/2024/fresh-food-trends-2025/> (accessed: 09.11.2025).

61. Global organic farmland continues steady expansion. Olive Oil Times : web-site. 2025. URL: <https://www.oliveoiltimes.com/world/global-organic-farmland-continues-steady-expansion/137122> (accessed: 09.11.2025).

62. Health & Wellness Foods Global Market Overview 2025. Businesswire : web-site. 2025. URL:

<https://www.businesswire.com/news/home/20251106297304/en/Health-Wellness-Foods-Global-Market-Overview-2025...> (accessed: 09.11.2025).

63. International trade of U.S. organic agri-food products. Glenn College : web-site. URL: <https://glenn.osu.edu/research-and-impact/international-trade-us-organic-agri-food-products-export-opportunities-import> (accessed: 09.11.2025).

64. International Trade Policies: European Union. USDA Agricultural Marketing Service : web-site. URL: <https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification/international-trade/european-union> (accessed: 09.11.2025).

65. Japan Organic Food Market. IMARC Group : web-site. 2025. URL: <https://www.imarcgroup.com/japan-organic-food-market> (accessed: 09.11.2025).

66. Japan Organic Food Market Trends, Consumer Preferences, Forecast Report 2025-2033. Businesswire : web-site. 2025. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20250910732847/en/Japan-Organic-Food-Market...> (accessed: 09.11.2025).

67. Korea, Republic (formerly South Korea). Global Organic Trade : web-site. 2025. URL: <https://globalorganictrade.com/country/korea-republic-formerly-south-korea> (accessed: 09.11.2025).

68. Market development and consumer behaviour. Biofach.de : web-site. 2025. URL: <https://www.biofach.de/en/knowledge-inspiration/2025/article/-status-quo-trends-perspectives> (accessed: 09.11.2025).

69. Nearly 99 million organic hectares worldwide. FiBL Statistics : web-site. 2025. URL: <https://statistics.fibl.org/> (accessed: 09.11.2025).

70. Organic Certification and Accreditation. USDA Agricultural Marketing Service : web-site. URL: <https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification> (accessed: 09.11.2025).

71. Organic Foods & Beverages Market Size & Trends Analysis. Grand View Research : web-site. 2024. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/organic-foods-beverages-market> (accessed: 09.11.2025).

72. Organic Market Report 2025. *Organic Trade Association* : web-site. 2025. URL: <https://ota.com/OrganicMarketReport> (accessed: 09.11.2025).
73. Organic Standards. USDA Agricultural Marketing Service : web-site. URL: <https://www.ams.usda.gov/grades-standards/organic-standards> (accessed: 09.11.2025).
74. Overview of the Organic Market in the United States. ProducePay : web-site. URL: <https://producepay.com/blog/overview-of-the-organic-market-in-the-united-states/> (accessed: 09.11.2025).
75. Regulation (EU) 2018/848 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 on organic production and labelling of organic products. Official Journal of the European Union. L 150/1.
76. South Korea Organic Food Market Insights Forecasts to 2035. Spherical Insights : web-site. 2025. URL: <https://www.sphericalinsights.com/reports/south-korea-organic-food-market> (accessed: 09.11.2025).
77. The Four Principles of Organic Agriculture. IFOAM – Organics International : web-site. URL: <https://www.ifoam.bio/why-organic/shaping-agriculture/four-principles-organic> (accessed: 09.11.2025).
78. The global organic food market size. TowardsFNB : web-site. 2025. URL: <https://www.towardsfnb.com/insights/organic-food-market> (accessed: 09.11.2025).
79. The World of Organic Agriculture 2024. FAO : web-site. 2024. URL: <https://www.fao.org/family-farming/detail/en/c/1678159/> (accessed: 09.11.2025).
80. The World of Organic Agriculture 2025. FiBL : web-site. 2025. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1797-organic-world-2025.pdf> (accessed: 09.11.2025).
81. USDA: Bananas top organic import. The Packer : web-site. 2025. URL: <https://www.thepacker.com/news/organic/usda-bananas-top-organic-import> (accessed: 09.11.2025).
82. USDA. National Organic Program. URL: <https://www.ams.usda.gov/about-ams/programs-offices/national-organic-program> (accessed: 09.11.2025).

83. Willer, H.; Trávníček, J. & Schlatter, B. (Eds.) (2024). The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2024. Frick and Bonn: FiBL & IFOAM.
URL: <https://orgprints.org/id/eprint/52272/>.