

Ігнатенко І.В.,
кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри земельного та аграрного права
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

УДК 349.414

DOI <https://doi.org/10.32845/2663-5666.2021.3.6>

ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Постановка проблеми. У всьому світі паралельно із традиційним сільським господарством розвивається органічне. Останні дослідження свідчать, що у США, країнах ЄС і Японії попит на органічні продукти перевищує пропозицію, а інтерес до них споживачів і зростання ринків набуває все більшого поширення. Розроблена у США і деяких країнах Європи понад 30 років тому нормативна і законодавча база виробництва органічної продукції дозволила створити її сучасний світовий ринок, який нині займає від 7% до 10% загальносвітового ринку сільськогосподарської продукції. В Україні ринок органічних продуктів зараз перебуває у стадії формування, але є всі тенденції до суттєвого його розвитку. Досліджуваний ринок привабливий для українських фермерів, оскільки він може забезпечити їх доступ до прибуткових і стабільних ринків Європи, Азії та США. А ось для належного виходу на нього необхідно пройти міжнародно визнану сертифікацію.

Станом на сьогодні понад 700 організацій здійснюють контроль і сертифікацію органічних продуктів. Більшість стандартів у цій галузі прийнято у США, Японії, Китаї й Німеччині. Із 179 країн, які виробляють органічну продукцію, 87 – мають власні закони щодо її виробництва й обігу, 17 – знаходяться у процесі розроблення і прийняття законодавчої й нормативної системи, 20 – користуються стандартами без законодавчої бази, 55 – працюють за міжнародними стандартами, не маючи спеціальних законів. В Україні через недосконалість нормативно-правової бази і брак чітко врегульованого інституту сертифікації виробництво органічної продукції поки що незначне.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-правові проблеми розвитку органічного сільського господарства не залишилися

без уваги вчених-правознавців. Окремі питання порушуються в працях О.В. Гафурової, В.М. Єрмоленко, Т.О. Коваленко, Г.С. Корнієнко, П.Ф. Кулинич, Т.В. Курман, В.В. Носіка, О.М. Туєвої, В.Ю. Уркевича, Д.В. Федчишина, М.В. Шульги та інших учених.

Мета дослідження полягає в порівнянні чинного міжнародного й вітчизняного законодавства в галузі органічного сільського господарства для опрацювання пропозицій для подальшого вдосконалення українського законодавства, що сприятиме розвитку ринку органічних продуктів.

Виклад основного матеріалу. Зараз під органічне виробництво відведено доволі значну площу земель: налічується 50,9 млн га органічних земель. Регіоном з найбільшою їх площею є Океанія, де зосереджено 22,8 млн га, сертифікованих для органічного сільського господарства, у Європі – 12,7 млн га, Латинській Америці – 6,7 млн га, Азії – 4 млн га, Північній Америці – 3 млн га, Африці – 1,7 млн га. Океанія нараховує 45% усіх світових органічних сільськогосподарських угідь. Європа є регіоном, який демонструє досить значне зростання органічних земель за декілька останніх років. Тут розташовується 25% світових органічних земель, у Латинській Америці – 13% [1].

В Австрії спостерігається серйозне зростання органічних земель (4,4 млн га), і зараз це країна з найбільшою їх площею у світі. У ній 97% сільськогосподарських угідь є екстенсивно оброблювальними пасовищами. На другому місці у світі за площею земель, придатних для органічного землеробства, знаходиться Аргентина, третє місце посідають США.

Збільшення загальної площі сільськогосподарських органічних угідь відбувається за рахунок переформування вже наявних ріллі і садів

відповідно до стандартів органічного сільського господарства, а також освоєння нових територій. Наприклад, у Європі з 12,7 млн га органічних земель (з яких 8 млн га повністю пройшли перехідний період) 2,4 млн га знаходяться у стадії переходу до органічного виробництва.

Зазначена тенденція свідчить, що в найближчому майбутньому можна чекати збільшення пропозиції органічної продукції на ринку. Потрібно підкреслити, що розвиток альтернативного сільського господарства тягне за собою низку позитивних наслідків – економічних, соціальних та екологічних переваг.

Переваги економічні охоплюють: а) підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників на світовому продовольчому ринку завдяки відповідності їхньої продукції високим екологічним стандартам, прийнятим у розвинених країнах; б) більш інтенсивний розвиток малого і середнього підприємництва у сільському господарстві. За оцінкою фахівців ООН, у разі впровадження методів органічного виробництва продуктивність малих форм сільського господарства зростає до 116%, доходи фермерів збільшуються у 2–3 рази. Крім того, через те, що виробничі процеси не залежать від поставок пестицидів, добрив тощо сільськогосподарські підприємці стають стійкішими й конкурентоспроможнішими стосовно крупних сільськогосподарських виробників; в) легалізацію органічної продукції, виробленої в Україні, що тягне за собою підвищення ВВП країни й оподаткованої бази; г) зростання інвестицій у сільське господарство; д) створення сприятливого іміджу країни завдяки екологізації її економіки.

Соціальні переваги розвитку органічного сільського господарства виражаються в підвищенні рівня і якості життя населення сільських територій, запобіганні його міграції в міста і зростанні зайнятості.

Серед екологічних наслідків можна виділити: а) захист ґрунту, водних об'єктів і повітря від забруднення хімічними речовинами; б) збереження біорізноманіття; в) зниження використаної енергії, викидів парникових газів, споживання прісної води у процесі сільськогосподарського виробництва.

В Україні ринок органічної продукції перебуває зараз у стадії розвитку. Основними причинами слабого розвитку органічного сільського господарства є нерозвиненість нормативно-правової бази, явний брак механізмів державної підтримки і єдиної системи маркування органічних продуктів. Однак це аж ніяк

не єдині перешкоди на цьому шляху, існує низка інших причин.

По-перше, оскільки екологічно чиста продукція є продукцією преміум-класу, її може собі дозволити лише невелика чисельність українців.

По-друге, розширення ринку органічної продукції можливе лише в умовах перенасичення ринку продовольчого і високого рівня доходів населення, що не відповідає сучасним українським реаліям.

По-третє, вітчизняні виробники за такої різниці державної підтримки органічного сільського господарства в нашій країні і зарубіжних країнах неконкурентоспроможні. Приміром, державні органи країн ЄС регулюють розширення органічного сільського господарства, здійснюючи нагляд за проведенням сертифікації, надаючи фінансову підтримку бажаючим брати в ній участь і т. п. Влада ЄС стимулює перехід фермерських господарств до виробництва екологічно чистої продукції, виплачуючи до 900 євро на гектар залежно від виду сільськогосподарської продукції, а у разі субсидування традиційного землеробства – 300–400 євро за гектар. Зрозуміло, українські фермери розраховувати на таку підтримку не можуть.

По-четверте, динамічному розвитку органічного сільського господарства та його підтримці протидіятиме авторитетне лобі глобальних виробників мінеральних добрив, ГМО, хімікатів, гормонів росту, антибіотиків, хімічних засобів захисту рослин тощо.

Однак, незважаючи на ці перешкоди, органічне сільське господарство в Україні може й повинне розвиватися, а держава має всебічно сприяти цьому. Державній політиці в галузі виробництва органічної продукції належить бути більше спрямованою на створення якомога сприятливіших умов для досягнення: а) конкурентоспроможної й високоефективної економічної діяльності у цій сфері виробництва органічної продукції; б) зменшення її імпорту і збільшення експорту; в) розширення її внутрішнього ринку й задоволення потреб українського населення; г) охорони його здоров'я, поліпшення якості життя шляхом забезпечення якісним і збалансованим органічним харчуванням.

Важливим у цій справі аспектом є формування достатньої нормативно-правової бази, гармонізованої з міжнародними стандартами виробництва органічної продукції, з урахуванням необхідності створення інститутів сертифі-

кації і систем контролю. Органічне законодавство обов'язково має включати у себе технічний регламент, який повинен містити однозначну і зрозумілу термінологію, чіткі вимоги до виробництва, переробки й реалізації продукції, опис процесу перевірки її якості на відповідність установленим правилам. Деякі із цих питань уже врегульовано: Законом України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» від 10 липня 2018 р., постановами Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку (детальних правил) органічного виробництва та обігу органічної продукції» від 23 жовтня 2019 р., «Про затвердження Порядку сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції та внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 23 жовтня 2019 р. № 970» від 23 жовтня 2019 р., Порядком ведення переліку органів іноземної сертифікації, який визначає процедуру внесення, відмови у внесенні органів іноземної сертифікації до Переліку органів іноземної сертифікації та внесення змін до нього від 26 травня 2020 р. та ін.

Усе більше держав створюють власні закони і сертифікують системи, адже майже завжди ключовим для розвитку виробництва продукції органічного походження є національний ринок. Так, сертифікація продукції у країнах ЄС провадиться на національному рівні. Уповноважені її здійснювати органи можуть бути приватними, державними й державно-приватними. Сертифікаційні виробники цієї продукції перевіряються цими органами, як мінімум, раз на рік. У 2010 р. в ЄС було введено єдиний знак маркування сертифікованої продукції – так званій «Євролист» (*Euro-leaf*), нанесення якого на розфасовану продукцію, вироблену в будь-якій країні Євро-союзу, є обов'язковим. Такий знак може супроводжуватися іншими національними або приватними логотипами [2].

Національна органічна програма (*National Organic Program*, далі – NOP) США є федеральною законодавчою базою, яка встановлює стандарти виробництва органічної продукції, правила поводження з нею, а також процедури контролю проведення обов'язкової її сертифікації. Згідно з NOP усі виробники органічної продукції і підприємства, що її переробляють, з річним обсягом продажів понад 5 тис. дол. США мають бути сертифіковані державним, іноземним або приватним органом, акредитованим Департаментом сільського господарства

США (*USDA*). Виробник повинен подати на розгляд органу із сертифікації докладний опис своєї сільськогосподарської практики і план виробництва, після схвалення пройти інспекційну перевірку свого підприємства. На відміну від системи ЄС, сертифікація у США більше орієнтована на продукцію, а не на виробництво загалом. Офіційним знаком *USDA Organic* можуть бути промарковані 2 категорії продукції – “100% Organic” і “Organic”. Виробник сам визначає відсотковий склад органічної сировини за спеціальною методикою. Інформацію перевіряє орган із сертифікації. Для 3-ї категорії продукції – “*Made with Organic*” – сертифікація не провадиться [3].

Для України інтерес являє одна з особливостей американської моделі управління. Щоб отримати дозвіл на розвиток органічного сільського господарства як одного з видів побічного заробітку для населення, у США зобов'язують здійснювати сертифікацію тільки тих виробників, чий річний обіг перевищує 5 тис. дол. Вони можуть називати свою продукцію органічною, але не вправі використовувати національне маркування. В Україні аналогічним чином у незначних кількостях практикується її продаж з особистих підсобних господарств. У будь-якому разі виробникам цієї продукції буде не вигідно проходити офіційну сертифікацію. При цьому існує імовірність, що такий додатковий заробіток для господаря особистого підсобного господарства згодом перетвориться на основний, після чого він уже буде зобов'язаний пройти названу процедуру. Зазначене може стати одним зі способів залучення на органічний ринок нових виробників.

У Японії органічна продукція маркується знаком *JAS (Japanese Agricultural Standard)* на підставі оцінювання якості, самостійно проведеного виробником, продавцем або третьою стороною, яка має право на сертифікацію. Організації, що здійснюють останню, акредитуються Міністерством із сільського, лісового й рибного господарства Японії. Згідно зі стандартами *JAS*, фермери й підприємства-переробники, які подали заяву на сертифікацію, мають виділити у своєму штаті незалежних один від одного співробітників – керуючого виробничими процесами і фахівця з контролю відповідності продукції наявним стандартам. Обов'язки першого полягають у складанні плану органічного виробництва, контролі процесів, ведення записів і документації по кожній виробничій партії. Другий виконує роль внутрішнього

аудитора, перевіряє записи по кожній виробничій партії й маркує продукцію офіційним знаком *JAS*. Суміщення названих посад однією людиною допускається тільки на маленьких фермах з дозволу органу із сертифікації. Підприємці, які виконують фасовку органічних продуктів, також повинні мати сертифікат, якщо на контейнери й упаковку, підготовлені до продажу, буде наноситися напис «органічний продукт».

У Китаї сертифікація й контроль органічного сільськогосподарства здійснюється Центром з розвитку і сертифікації органічного продовольства (*OFDC*), який є структурним підрозділом Нанкінського інституту з навколишнього природного середовища. У 2003 р. *OFDC* став акредитованим членом *IFOAM*. У 2005 р. Центром були розроблені національні стандарти *CNOPS*, що відповідають вимогам *IFOAM* і ЄС, згідно з якими сертифікується експортна продукція. Для внутрішнього ринку Центром розвитку зеленого продовольства (*CGFDC*) у 1995 р. були розроблені стандарти *GreenFood*, за якими органічна продукція поділяється на 2 класи – А і АА. Для виробництва продукції класу А допускається обмежене застосування мінеральних добрив і синтетичних пестицидів. До продукції класу АА висуваються більш жорсткі вимоги. Ключова відмінність стандартів *GreenFood* АА від стандартів *CNOPS* полягає в тому, що перші орієнтовані на контроль кінцевого продукту, а не виробничого процесу. Сертифікуючі організації можуть бути приватними, проте всі вони повинні бути акредитовані Адміністрацією сертифікації й акредитації Китаю (*CNCA*) [4].

Як бачимо, в китайській моделі двох стандартів виробництво органічної продукції для внутрішнього й зовнішнього ринку чітко розмежоване. На ринку зовнішньому використовуються визнані на міжнародному рівні стандарти *CNOPS*, на внутрішньому – стандарти *GreenFood*, які завдяки гнучкому підходу можуть охопити значну кількість сільськогосподарських товаровиробників. Таким чином, продумана державна політика Китаю сприяла, з одного боку, успішному виходу на світовий ринок з продукцією під власною торговельною маркою, а з іншого – розвитку високими темпами внутрішнього ринку органічної продукції, незважаючи на низький рівень доходів серед більшості населення.

Можливо, Україні слід взяти приклад з Китаю, який запровадив ці 2 системи сертифікації: одну – для експорту органічної продукції, другу – для внутрішнього споживання останньої.

Австралійська модель теж орієнтована на експорт цієї продукції під національною торговою маркою, але, на відміну від китайської, нею не передбачено законодавчо закріплених стандартів, призначених для внутрішнього ринку. В Австралії діє 8 сертифікуючих організацій, акредитованих службою *AQIS* (Австралійська служба карантину й інспекції), яка входить до складу Міністерства сільськогосподарського, рибного й лісового господарства (*DAFF*). Кожна з них має власні стандарти, які не можуть бути м'якші за національні. Ці організації мають право ставити на сертифіковану продукцію як власний логотип, так і логотип Національного стандарту. Вони по-різному сприймаються на зовнішніх ринках. Продукція, що сертифікована: а) за стандартом *ACO*, *OFC* або *NASAA* може безперешкодно експортуватися у країни ЄС, США і Японію; б) за стандартом *BDRI* – в ЄС і Японію (але не у США); в) за стандартами *SFQ* і *TOP* не може вивозитися у вищезгадані держави без додаткової сертифікації країни-імпортера. Крім цього, у 2010 р. були прийняті єдині стандарти Тихоокеанського регіону *POS*. Сертифікована за таким стандартом продукція може бути реалізована в ЄС. Натепер на внутрішньому ринку Австралії не існує суворої системи сертифікації органічної продукції, тобто реалізована всередині країни продукція може бути названа органічною незалежно від того, чи має вона відповідний сертифікат. Суворі ж правила сертифікації поширюються лише на експорт [5].

Отже, розглянуту австралійську модель стосовно зовнішніх ринків можна визнати державною, оскільки будь-яка експортна продукція повинна бути сертифікована за національними стандартами в організаціях, діяльність яких контролюється Міністерством сільськогосподарства. Водночас на внутрішньому ринку органічна продукція не підлягає обов'язковій сертифікації, що характерно для недержавної моделі.

Стихійна модель експортно-орієнтованого ринку органічної продукції має місце у країнах, які у своєму розпорядженні мають значні земельні і трудові ресурси. Проте держава там не бере участі в регулюванні ринку такої продукції (прикладом можуть бути Бразилія і слаборозвинені країни Африки).

Приміром, у Бразилії про орієнтовану на експорт органічну продукцію не йдеться у відповідному національному законодавстві, а функції інспекції й контролю виконують країни-імпортери або міжнародні організації (наприклад, *IFOAM*). Особливістю бразильського

агровиробництва є популярність вирощування культур у лісових умовах, що дозволяє отримувати вищу врожайність культур, аніж за звичайного органічного землеробства [6].

Ситуація, в якій усі функції з контролю і сертифікації виробництва органічної продукції беруть на себе імпортери чи міжнародні організації, спостерігається також у багатьох країнах Африки (Зімбабве, Уганді, Кенії та ін.).

Регульована модель ринку органічної продукції сформувалася в країнах з перехідною економікою, приміром, в Індії й Аргентині, де державні національні стандарти визнані на світовому рівні. В Індії ринок органічної продукції впорядковується стандартами *NPOP* (Національна програма з органічної продукції), розробленими Службою розвитку продовольчого експорту *APEDA*. Указані стандарти визнані ЄС і Швейцарією як аналогічні їхнім внутрішнім вимогам. Сертифікацією займається 20 організацій, акредитованих державними установами. Індійська органічна продукція експортується переважно в розвинені країни [7]. Серед особливостей процедури сертифікації, передбаченої законодавством Індії, можна визначити підвищену увагу до забезпечення заходів прозорості й об'єктивності у разі прийняття рішення щодо видачі сертифіката виробнику. Зокрема, п. 9.1 Національної програми з органічного виробництва передбачає, що перевірка і прийняття рішення про сертифікацію мають здійснюватися різними особами. Отже, виробник сам вибирає орган із сертифікації, а також органічні стандарти, на відповідність яким він хоче перевірити свою продукцію.

В Аргентині виробництво органічної продукції регулюється законом № 25.127, у якому затверджені національні стандарти *SENASA*. Оскільки в цій країні органічна продукція виробляється більше на експорт, її сертифікують організації, акредитовані в Міністерстві сільськогосподарства США, а частина з них і в *IFOAM* [8].

Таким чином, використання власних стандартів і торговельної марки має для будь-якої країни стратегічне значення. Завдяки цьому її національний ринок менше залежить від міжнародної кон'юнктури, може самостійно формувати внутрішній попит, а також зміст і напрями експортних потоків.

Необхідно зазначити, що перспективною є експансія ринку екологічно чистих продуктів харчування в тій галузі, де можна забезпечити їх стійкий збут. Прикладом можуть бути

агро- й екотуризм, освіта (у вигляді шкільних обідів) та ін. Викликає цікавість досвід Данії, Великобританії й Італії, де держава частиною своєї соціальної політики вважає здійснення поставок органічного продовольства в державні установи, перш за все в лікарні, дитячі сади і школи. Причому у Великобританії в інтересах стратегічного розвитку бізнесу це відбувається на приватних засадах.

Як бачимо, значна кількість країн активно підхопили, так би мовити, органічну естафету, розраховуючи на збільшення експорту своєї агропродукції в розвинені країни під прапором «екологічність». Вони доволі швидко адаптували свої національні закони до вимог розвинених країн і сертифікували сільськогосподарські угіддя як органічні. Це обов'язково слід взяти до уваги Україні, яка збирається стати повноцінним учасником «органічного» ринку. Однак просте копіювання підходів зарубіжних країн до цього процесу є глухим кутом, адже в них на сільське господарство виділяється досить значна частина бюджету у вигляді прямих і непрямих субсидій, що поки не доступно для країн, які розвиваються. Оскільки Україна перебуває на початковому етапі формування національного ринку органічної продукції, то від вибору ефективного шляху багато в чому залежать темпи його розвитку, обов'язковим вибором, заснованим частково на зарубіжному досвіді.

Висновки. Щоб український ринок органічної продукції не загинув, ледь почавши функціонувати, він потребує формування й реалізації національної моделі управління, яка повинна враховувати інтереси розвитку як внутрішнього ринку, так і експорту органічної продукції. Удосконалення законодавства і структури сертифікуючих і наглядових організацій, складання програм фінансової, інформаційної й маркетингової підтримки вітчизняних виробників органічної продукції – це ті важливі заходи, без яких розвиток вітчизняного ринку органічної продукції в умовах жорсткої міжнародної конкуренції практично неможливий.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Wilier Helga and Julia Lernoud. The world of organic agriculture. Statistics and Emerging Trends. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) and IFOAM. Organics International, Bonn. 2018.
2. Metera D. Organic agriculture in Poland. URL: <http://www.agencebio.org/upload/pagesEdition/fichiers/dorotameteraenglishversion.pdf> (дата звернення: 28.06.2021).

3. Schleenbecker R. Consumers' perception of organic product characteristics. A review. *Appetite*. 2013. Vol. 71. P. 420–429.

4. Paull John. China's Organic Revolution. *Journal of Organic Systems*. 2007. No. 2. URL: <http://orgprints.org/10949/1/10949.pdf> (дата звернення: 28.06.2021).

5. Organic Federation of Australia. URL: <http://www.ofa.org.au/> (дата звернення: 28.06.2021).

6. Organic farming in Brazil. URL: <http://www.naturskyddsforeningen.se/upload/Foreningsdokument/>

Rapporter/engelska/organic-farming-in-brazil.pdf (дата звернення: 28.06.2021).

7. APEDA: Agricultural & Processed Food Products Export Development Authority. URL: <http://www.apeda.gov.in/apedawebsite/index.asp> (дата звернення: 28.06.2021).

8. Willer H. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends. URL: <http://www.organicworld.net/fileadmin/documents/yearbook/2011/qiao-2011-china.pdf> (дата звернення: 28.06.2021).

Ігнатенко І.В. ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Ринок органічної продукції та попит на якісні продукти у світі стрімко зростають. В Україні ринок органічних продуктів перебуває у стадії формування, але має тенденції до суттєвого розвитку. Досліджуваний ринок привабливий для українських фермерів, позаяк він може забезпечити доступ до прибуткових і стабільних ринків Європи, Азії та США. Але для виходу на них необхідно пройти міжнародно визнану сертифікацію. Нормативна і законодавча база виробництва органічної продукції, розроблена у США, деяких країнах Європи більше 30 років тому, дозволила створити сучасний світовий ринок органічної продукції.

Мета дослідження полягає в порівнянні чинного міжнародного і вітчизняного законодавства в галузі органічного сільського господарства для вироблення пропозицій щодо подальшого вдосконалення українського законодавства, що сприятиме розвитку ринку органічних продуктів.

У статті проаналізовано позитивні наслідки розвитку альтернативного сільського господарства у вигляді економічних, соціальних, екологічних переваг. Розглядається сучасний стан світового ринку органічної продукції. Проводиться аналіз основних показників країн-лідерів з виробництва та реалізації органічної продукції. Розглянуто різні моделі ринку органічної продукції на прикладі США, Японії, Китаю, Австралії, Індії, Аргентини, Бразилії, низки країн ЄС.

У результаті дослідження зроблено висновок, що для того, щоб український ринок органічної продукції не загинув, ледь почавши функціонувати, він потребує формування і реалізації національної моделі управління, яка буде враховувати як інтереси розвитку внутрішнього ринку, так і інтереси експорту органічної продукції. Удосконалення законодавства і структури сертифікуючих організацій, складання програми фінансової, інформаційної та маркетингової підтримки вітчизняних виробників органічної продукції – це ті заходи, без яких розвиток вітчизняного ринку органічної продукції в умовах жорсткої міжнародної конкуренції практично неможливий.

Ключові слова: органічне землеробство, органічне виробництво, сільське господарство, агробізнес, екологічно чиста продукція, ринок органічної продукції.

Ihnatenko I.V. LEGAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF ORGANIC AGRICULTURE: GLOBAL TRENDS, PROBLEMS AND PROSPECTS

The market for organic products and the demand for quality products in the world is growing rapidly. In Ukraine the market for organic products is in the process of formation, but has a tendency, to develop significantly. The market under study is attractive to Ukrainian farmers, as it can provide access to profitable and stable markets in Europe, Asia and the United States. But to access them you need to pass an internationally recognized certification. The regulatory and legal framework for the production of organic products, developed in the United States, some European countries more than 30 years ago, has created a modern global market for organic products.

The purpose of the study is to compare the current international and domestic legislation in the field of organic agriculture to develop proposals for further improvement of Ukrainian legislation that will contribute to the development of the market of organic products.

The article analyzes the positive consequences of the development of alternative agriculture in the form of economic, social and environmental benefits. The current state of the world market of organic products is considered. The analysis of the main indicators of the leading countries in the production and sale of organic products is carried out. Various models of the market of organic products on the example of the USA, Japan, China, Australia, India, Argentina, Brazil, a number of EU countries are considered.

As a result of the study, it was concluded that in order for the Ukrainian market of organic products not to perish as soon as it starts functioning, it needs to form and implement a national management model that will take into account both domestic market development interests and organic exports. Improving the legislation and structure of certifying organizations, drawing up a program of financial, informational and marketing support for domestic producers of organic products – these are the measures without which the development of the domestic market of organic products in the face of fierce international competition is almost impossible.

Key words: organic farming, organic production, agriculture, agribusiness, ecologically clean products, organic products market.