

УДК 338.43:637.05/.07(477)

DOI: 10.31651/2076-5843-2021-1-74-89

**КИРИЛЮК Ірина Миколаївна**

кандидат економічних наук, доцент,  
Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького,  
м. Черкаси, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3365-7239>  
in\_kirilyk@ukr.net

**КУКУРУДЗА Іван Іванович**

доктор економічних наук, професор,  
Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького,  
м. Черкаси, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0408-1122>  
t\_romaschenko@ukr.net

**КИРИЛЮК Євгеній Миколайович**

доктор економічних наук, професор,  
Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького,  
м. Черкаси, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7097-444X>  
en\_kirilyk@ukr.net

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА В УКРАЇНІ

*Обґрунтовано логічний ланцюг понять «механізм» – «економічний механізм» – «організаційно-економічний механізм» – «організаційно-економічний механізм розвитку органічного виробництва та споживання продукції тваринництва», а також запропоновано авторські трактування цих понять. Визначено принципи формування та удосконалення організаційно-економічного механізму (ОЕМ) розвитку органічного виробництва та споживання продукції тваринництва (ПТ). Запропоновано концептуальну схему ОЕМ розвитку органічного виробництва та споживання продукції тваринництва, яка об'єднує мету та завдання, чинники та передумови, пріоритети формування, а також інструменти, заходи та очікувані результати. Вказано на диспропорції в розвитку вітчизняного органічного сектору (в напрямі пріоритетного розвитку органічного рослинництва). Обґрунтовано інструменти прямої та непрямой підтримки виробництва органічної продукції тваринництва. Запропоновано знизити ставку ПДВ із 20 до 7% на основні види органічної продукції тваринництва, а також продукції тваринництва, виробленої за сертифікаційними схемами PDO, PGI, TSG. Розроблено низку заходів та інструментів стимулювання попиту на органічну продукцію тваринництва, а також розширення її експорту. Запропоновані підпрограми стимулювання експорту органічної продукції тваринництва дозволять значно наростити експорт цієї продукції та створити бренд України як її важливої країни-експортера.*

**Ключові слова:** механізм, економічний (господарський) механізм, організаційно-економічний механізм, продукція тваринництва, органічна продукція, додана вартість, захищене позначення походження (PDO), захищене географічне найменування (PGI), традиційна гарантована особливість (TSG), експорт.

**Постановка проблеми.** Нині в Україні споживається значно менше органічних продуктів, ніж у країнах ЄС. На душу населення цей показник у нас становить близько 1 євро, тоді як у ЄС – 53,7 євро. За обсягом внутрішнього ринку органічних продуктів Україна займає 25-те місце в Європі: з гектара органічних угідь на внутрішній ринок потрапляє продукції на 50 євро, тоді як у Європі – на 2345 євро [1].

Незважаючи на значне зростання площ органічних земель в Україні (протягом останніх десяти років вони зросли майже вдвічі – з 242 тис. га до 421,5 тис. га), переважна більшість цих площ (335 тис. га) зайняті орними культурами. Так, 48,1% органічних земель зайняті під зерновими, понад 16% займають олійні культури; 4,6% – бобові; 2% – овочі, 0,6% – фрукти [2]. За даними ТОВ «Органік Стандарт» – єдиного українського акредитованого органу органічної сертифікації (інші 16, акредитовані в Україні, є закордонними), із 485 вітчизняних підприємств, які отримали сертифікат про виробництво органічної продукції, виробництво продукції тваринництва здійснюють лише 15 підприємств або 3% від загальної їх кількості [3].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика виробництва та споживання органічної продукції тваринництва нині стає предметом численних наукових досліджень. Зокрема, слід виокремити дослідження Дж. Беддінгтона [4], Р. Безуса [5], Є. Гавази, Ю. Воскобійника [6], Т. Гарнет, М. Апплебі, Е. Балмфорда, Я. Батемана, Т. Бентона, П. Блумер, Дж. Годфрей [7], Дж. Єнсена, Т. Крістенсен [8], Н. Клея, Дж. Лорімера [9], М. Шпрінгмана, Д. ДіКроза, Ш. Робінсона, Ч. Годфрея, Д. Голіна, М. Райнера, П. Баллон, П. Скарбороу [10] та інших вчених. Окремі аспекти формування ефективного організаційно-економічного механізму розвитку виробництва й споживання органічної продукції тваринництва розкриті в авторських публікаціях [11–17].

Проте існує необхідність подальших досліджень впливу обґрунтованих організаційно-економічних рішень на розвиток виробництва та споживання органічної продукції тваринництва. Нами висунуто гіпотезу, що такий вплив краще досліджувати на основі інтеграції соціально-економічного, техніко-економічного та біоекономічного аспектів розв'язання проблеми якості продукції тваринництва та формування комплексного біосоціального підходу в межах безперервного підвищення якості.

**Метою** статті є теоретико-методичне обґрунтування організаційно-економічного механізму розвитку виробництва та споживання органічної продукції тваринництва в Україні.

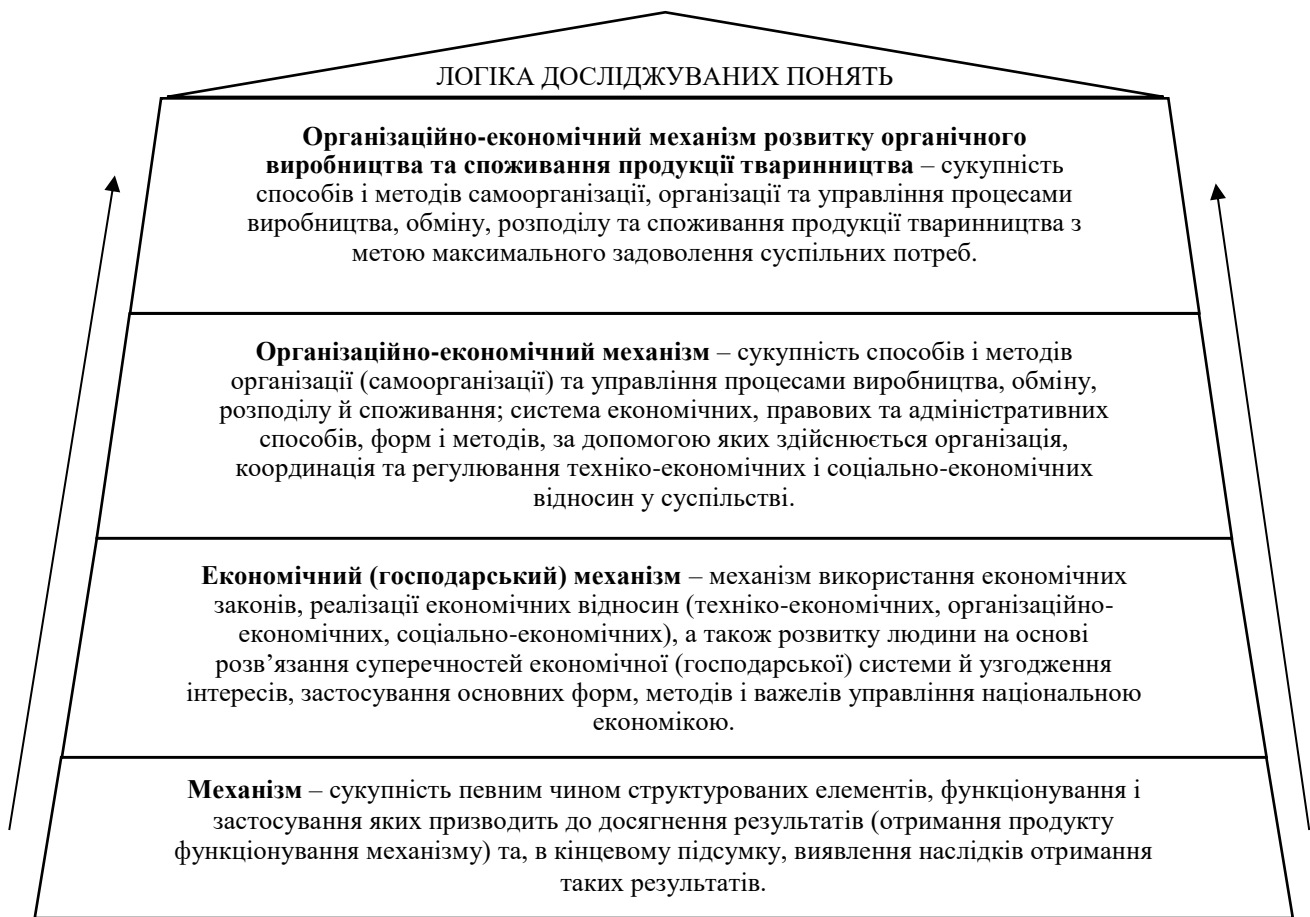
**Викладення основного матеріалу.** Організаційно-економічний (організаційно-господарський) механізм лежить в основі функціонування економічного (господарського) механізму й відображає сукупність способів і методів організації (самоорганізації) та управління процесами виробництва, обміну, розподілу та споживання. Він об'єднує систему економічних, правових та адміністративних способів, форм та методів, за допомогою яких здійснюється організація, координація та регулювання техніко-економічних та соціально-економічних відносин у суспільстві. Економічні відносини, а також економічні закони, які виражають їх суть, виявляються у формі економічних інтересів. Внаслідок цього організаційно-економічний механізм (ОЕМ) може гарантувати максимальний ефект лише тоді, коли він враховує економічні інтереси та забезпечує їх постійне узгодження. Ефективний ОЕМ забезпечення виробництва та споживання органічної продукції тваринництва апіорі має передбачає використання як ринкових механізмів самоорганізації, так і механізмів організації за участі держави.

Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку органічного виробництва та споживання продукції тваринництва – це сукупність способів і методів самоорганізації, організації та управління процесами виробництва, обміну, розподілу та споживання органічної продукції тваринництва з метою максимального задоволення суспільних потреб.

Авторські трактування понять «механізм» – «економічний механізм» – «організаційно-економічний механізм» – «організаційно-економічний механізм розвитку органічного виробництва та споживання продукції тваринництва» представлено на рис. 1.

Ефективний організаційно-економічний механізм має сприяти розв'язанню техніко-економічних і соціально-економічних проблем у сфері розвитку виробництва та споживання продукції тваринництва за допомогою економічних, адміністративно-правових та інших регуляторів і забезпечувати максимальну дієвість ринкових саморегуляторів. До адміністративно-правових регуляторів відносять передусім затвердження технічних регламентів, стандартів і нормативів безпечності та якості, яким має відповідати органічна продукція тваринництва, встановлення вимог до систем управління якістю й безпечністю продукції, методів сертифікації цих систем, регламентація відповідальності за неналежне дотримання якісних параметрів і нормативів. Економічними важелями або регуляторами є різні форми інформаційного забезпечення процесів органічного виробництва (один із пріоритетних напрямів в сучасних умовах), інструменти фінансово-кредитної, бюджетно-податкової, цінової, зовнішньоекономічної, інвестиційної, інноваційної політики, політики захисту прав споживачів.

Економічні важелі відрізняються від адміністративно-правових тим, що безпосередньо не примушують суб'єктів виробництва, обігу та споживання органічної продукції тваринництва діяти певним чином, але роблять іншу поведінку для них не вигідною; допускають можливості вибору рішення для оптимізації витрат та підвищення ефективності діяльності.



**Рис. 1. Ланцюг досліджуваних понять та їх авторські трактування**

Джерело: сформовано авторами.

Формування й удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку органічного виробництва та споживання продукції тваринництва має базуватися на таких принципах:

1) єдності економічних, соціальних та екологічних цілей – заходи та механізми державного регулювання галузі повинні орієнтуватися не лише на вирішення технічних та економічних проблем, а й брати до уваги соціальні й екологічні чинники, сформовані соціальні моделі поведінки та споживання різних груп населення, базуватися на довгострокових орієнтирах сталого розвитку;

2) неопротекціонізму – стимулювання виробництва та споживання органічної ПТ в умовах встановлення жорстких стандартів безпечності та якості продукції на внутрішньому ринку в умовах глобального зниження митних тарифів, вступу України до світової організації торгівлі (СОТ). Таким чином, не порушуючи вимог СОТ, здійснюється захист внутрішнього ринку від неякісної іноземної продукції та стимулюється підвищення конкурентоспроможності вітчизняної органічної продукції тваринництва. Заходи в рамках сучасного неопротекціонізму нині поширені в розвинених країнах;

3) достатності підстав для державного втручання та ефективності – полягає в тому, щоб те чи інше державне втручання не призводило до наслідків, які вимагають більших суспільних витрат, ніж дають суспільних вигід. Адже виявляється, що державне регулювання та контроль, які повинні усувати неспроможності ринку і гарантувати дотримання стандартів органічного виробництва, в певних ситуаціях виявляються неефективними, вміщують корупційні складники. Виникає проблема неспроможності або неефективності державного регулювання і контролю;

4) еквівалентності й пропорційності – дотримання цінових міжгалузевих пропорцій, включно з ціновим паритетом, застосування податкових, фінансово-кредитних та цінових інструментів підтримки для забезпечення нормативної дохідності виробництва органічної ПТ (інакше зникатимуть стимули до розвитку органічного виробництва); підтримання найважливіших пропорцій між виробництвом, споживанням та експортом, між темпами розвитку кормової бази та виробництвом органічної продукції;

5) дієвості – вибір дієвих організаційно-економічних форм стимулювання, регулювання, контролю процесів органічного виробництва і переробки продукції тваринництва, а також економічних відносин на ринку органічної продукції тваринництва та продуктів її переробки і, в першу чергу, створення ефективної системи товаропросування органічної продукції.

Виходячи з обґрунтованих завдань, чинників і передумов, принципів регулювання та саморегулювання нами запропоновано теоретичну модель OEM розвитку органічного виробництва та споживання ПТ, концептуальні елементи якої представлено на рис. 2.



**Рис. 2. Елементи авторської моделі OEM розвитку органічного виробництва та споживання органічної ПТ**

Джерело: сформовано авторами.

Ключовими суб'єктами цієї теоретичної моделі є сільськогосподарські товаровиробники, споживачі та держава. Важливою функцією держави в сучасних умовах стає організація функціонування сертифікованих систем управління якістю органічної продукції тваринництва, що охоплюють весь ланцюг створення доданої вартості, та мотивація товаровиробників до здійснення органічної сертифікації.

У низці літературних джерел, у назвах яких міститься термін «пріоритети», теорія пріоритетів взагалі не розглядається. Проблема пріоритетності в економіці загалом пов'язується із найвигіднішим (найбільш прибутковим) варіантом вкладення інвестицій. Проте, зважаючи на проблему багатофункціональності сільського господарства та АПК, односторонність такого підходу породжує необ'єктивність оцінки та вибору пріоритетів, зокрема, на користь галузей рослинництва.

Виходячи з цього, важливого значення необхідно надавати вибору критеріїв пріоритетності. Відповідно до класичної (А. Сміт), неокласичної (А. Маршалл), сучасної неінституційної (Д. Норт та його послідовники) та інших парадигм, теорії людського капіталу, основними критеріями пріоритетності стимулювання розвитку окремих галузей національної економіки, а також накопичення багатства націй загалом є, по-перше, максимізація створеної доданої вартості, по-друге, нарощування інтелектуального потенціалу. Створена додана вартість уособлює в собі валовий внутрішній продукт (ВВП) країни, її національний доход, національне багатство, надходження валюти в країну тощо. Інтелектуальний потенціал формує довгострокові конкурентні переваги країн в сучасному глобалізованому середовищі.

Враховуючи ці ключові критерії багатства націй (критерій максимізації доданої вартості всередині країни та критерій накопичення інтелектуального потенціалу), одним із найголовніших пріоритетів державної політики в Україні має бути визнаний розвиток галузей тваринництва, переробки продукції тваринництва та формування ринку високоякісних продуктів харчування тваринного походження загалом. Стимулювання виробництва і споживання високоякісних продуктів харчування тваринного походження (зокрема органічних) створює потужний синергетичний ефект для економічної системи загалом, адже сприяє одночасному накопиченню доданої вартості та зростанню інтелектуального потенціалу нації.

Зростання інтелектуального потенціалу як окремого індивіда, так і нації загалом (особливо молодого покоління) залежить від процесів споживання продуктів харчування, насичених незамінними білками тваринного походження, поліненасиченими жирними кислотами (зокрема, життєво необхідною омега-3) та іншими мікроелементами. В разі «хронічної» відсутності в щоденному раціоні більшості населення достатньої кількості білків та амінокислот тваринного походження можуть початися процеси погіршення здоров'я та зниження інтелектуального потенціалу нації.

Необхідно використовувати стійкі конкурентні переваги АПК країни (серед яких основними є природний потенціал у вигляді родючих земель сільськогосподарського призначення, наявність у країні необхідних умов для виробництва в зростаючих обсягах органічної продукції тваринництва, досвід і традиції вітчизняного тваринництва, вигідне географічне положення, наявність транспортної інфраструктури для забезпечення достатніх обсягів експорту), а також високий потенційний попит на вітчизняні продукти харчування тваринного походження високої якості.

У цьому контексті необхідно вести мову про необхідність формування такого організаційно-економічного механізму розвитку органічного виробництва, який гарантуватиме сталий розвиток галузі тваринництва та ринку продукції тваринництва. Сталий розвиток означає єдність трьох складників: економічного, соціального та екологічного, що дозволяє поєднати довгострокове економічне зростання і підвищення рівня задоволення потреб населення з екологічними вимогами в єдину соціоприродну систему. Така триєдина характеристика правомірна стосовно сталого розвитку галузі тваринництва. З нашої точки зору, сталий розвиток галузі тваринництва та ринку продукції тваринництва означає гарантування продовольчої безпеки на основі формування достатніх обсягів попиту та пропозиції високоякісної продукції тваринництва, стабільний доступ до високоякісних продуктів харчування тваринного походження, що відповідає раціональним потребам людини в поживних речовинах, доступ до них бідного населення, раціональне управління природними ресурсами та захист довкілля. Сталий розвиток досягається, якщо протягом тривалого періоду

забезпечується (в єдності та взаємодії) розширене відтворення виробничого потенціалу, людського капіталу і природного середовища.

Сталий розвиток галузі тваринництва та ринку продукції тваринництва, як пріоритетних сфер вкладання капіталу, є необхідною передумовою сталого розвитку аграрного сектору, а також сталого економічного розвитку країни. Нині, з огляду на переважання на агропродовольчому ринку експорто-орієнтованих культур, вирощування яких призводить до виснаження ґрунтів, їхньої деградації, поширення шкідників, грибків, хвороб тощо, а також низьку частку на ньому тваринницької продукції, що призводить до її недоспоживання переважною частиною населення, у тому числі дітьми та підлітками (становить загрозу для інтелектуального розвитку нації та її майбутніх поколінь), не створено умов для забезпечення сталого розвитку аграрного сектору та людського розвитку загалом.

Інформація Міжнародної федерації органічних сільськогосподарських рухів (IFOAM), наведена в збірнику «Органічне сільське господарство в світі 2018», демонструє невтішну статистику щодо низької частки органічної продукції тваринництва в загальних обсягах її світового виробництва. Зокрема, в Європі питома вага органічної продукції тваринництва в загальних обсягах її виробництва є такою: вирощування бичків і молодняка ВРХ – 3,0% (в Україні – близько 1%), овець – 3,0% (в Україні не сертифікований жоден суб'єкт), свиней – 0,6% (в Україні – менше 1%), птиці – 1,8% (в Україні – менше 1%), виробництво молока – 2,8% (в Україні – близько 1%) [18, с. 233-235].

Таким чином, як у Європі, так і в Україні питома вага органічної продукції тваринництва є дуже незначною і знаходиться в межах статистичної похибки в 3%. В ЄС висока якість продукції тваринництва також асоціюється з продукцією із «захищеним позначенням походження» (PDO), «захищеним географічним найменуванням» (PGI), «традиційною гарантованою особливістю» (TSG). За даними дослідників, із 1199 зареєстрованих логотипів підтвердження якості в ЄС 706 (59%) припадає на продукцію тваринного походження, з яких 56% – PDO, 41% – PGI, і 3% – TSG. Із 565 зареєстрованих PDO майже 70% є назвами походження продукції тваринництва [17].

Проте в Україні поки що не створено належних умов для стимулювання виробництва продуктів із захищеними географічними назвами. Першими продуктами із маркою географічного позначення, визнаними в ЄС, можуть стати гуцульська коров'яча та овеча бриндзя, які є абсолютно автентичними продуктами й більше ніде в світі не виробляється. Незабаром гуцульську овечу бриндзю першою з українських продуктів мають внести до реєстру географічних зазначень на продукти харчування в ЄС. Рецепт цього екологічного й натурального продукту датується XV століттям. Зараз ціна бриндзі є надто низькою як для такого високоякісного продукту. Завдяки реєстрації в ЄС вітчизняні виробники продукції з маркою географічного зазначення розширюватимуть ринки збуту, а споживачі отримуватимуть гарантовану якість. Прикладом може бути Франція, де після маркування та реєстрації сиру “лайоль” за декілька років кількість виробників із десятка сягнула 50, а ціна на сир зросла у 10 разів [19].

Причиною низьких темпів розвитку виробництва продукції тваринництва із захищеними географічними назвами та органічної продукції в Україні є, по-перше, витратність процедур відповідного визнання, реєстрації та сертифікації, по-друге, висока собівартість такої продукції, що в умовах низької платоспроможності населення негативно відображається на її конкурентоспроможності на внутрішньому ринку. Екологічно чисті й органічні корми є значно дорожчими, дороговартісним є утримання худоби без використання хімічних ветеринарних препаратів, а також забезпечення достатнього ступеня свободи пересування тварин і вільного доступу до місць годівлі й джерел питної води.

Зокрема, собівартість органічного молока та м'яса є набагато вищою, аніж собівартість аналогічної традиційної продукції (рис. 3).

Конкурентоспроможність органічної продукції тваринництва на внутрішньому та зовнішніх ринках залежить від того, наскільки більше споживачі готові сплачувати за її властивості (безпечність для здоров'я, вища концентрація корисних амінокислот, мікроелементів) і яка межа підвищення вартості органічного товару. Усвідомлення споживачем додаткової споживчої цінності органічної продукції та готовність сплачувати за неї додаткові кошти мають вирішальне значення у формуванні попиту на внутрішньому ринку [20].



**Рис. 3. Чинники собівартості органічної продукції тваринництва**

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 21].

На зовнішніх ринках, зокрема, серед споживачів розвинених країн, готовність сплачувати додаткову премію за органічність продукції значно вища, що й зумовлює експортну спрямованість вітчизняного органічного тваринництва.

Протягом 2018-2019 років нами здійснювався моніторинг роздрібних цін на органічну продукцію тваринництва (сертифікованих товаровиробників, зокрема, ПП «Галекс-Агро, ФГ «Дача» тощо) у вітчизняних супермаркетах та здійснювалося їх порівняння із цінами на аналогічну продукцію традиційного сектору. Дослідження показали, що в Україні на більшість молочної, м'ясної продукції, яєць різниця в цінах становила 180-200% (якщо враховувати фальсифіковану продукцію, то різниця в цінах була ще відчутнішою). Майже подібне співвідношення цін спостерігалось на той період у США та країнах ЄС.

Згідно з даними науковців ННЦ «Інститут аграрної економіки», у 2014-2017 рр. різниця в роздрібних цінах на традиційну й органічну ПТ була такою ж або ще більшою. Так, органічні яйця курячі були дорожчими за їх аналоги із традиційного сектору на 60%, сало – на 50%, молоко – у 2,2 разів, свинина (вирізка) – у 2,8 разів, курятина – у 3,3 разів, мед – у 2,1 разів [22, с. 133].

Беручи до уваги недовіру споживачів до вітчизняної системи оцінки відповідності та низький рівень доходів, більшість із них поки що не готові значно переплачувати за органічну продукцію. Це підтверджують результати досліджень, проведених у Дніпропетровській області групою науковців

під керівництвом Р. Безуса. Переплачувати понад 80% доданої вартості готові лише 2-5% респондентів (за органічне м'ясо – 5% респондентів, органічні кисло-молочні продукти – 4%, яйця – 3%) [5, с. 235-236]. Це з урахуванням того, що Дніпропетровська область за рівнем соціально-економічного розвитку займає одне з лідируючих місць в Україні (в рейтингу соціально-економічного розвитку регіонів за підсумками 2017 року – 4 місце).

Подібні результати стосовно специфіки поведінки споживачів на ринку вітчизняної органічної продукції тваринництва демонструють інші дослідники. Зокрема, Є. Гавазою отримані схожі дані. Дослідником зазначено, що в Україні за рівня націнки 75% і вище купувати органічне м'ясо і м'ясопродукти та повністю замінювати ними традиційну продукцію готові лише 5% споживачів, молоко та сир – 7%, яйця – 8% [6].

Ключовим сегментом вітчизняного ринку органічної продукції тваринництва і надалі залишатимуться домогосподарства, які за рівнем середньодушових доходів віднесені до верхньої децильної групи (10% домогосподарств із найвищими доходами). Це не означає, що на ринку періодично не з'являтимуться інші споживачі, які заради цікавості, реагуючи на новинки, чи підтримуючи (у певні періоди) здоровий спосіб життя купуватимуть органічну продукцію. До таких споживачів слід віднести також окремі домогосподарства, які мають дітей дошкільного віку (до 7 років), людей із проблемами зі здоров'ям та сталим усвідомленням необхідності збереження навколишнього середовища тощо. Хоча ці споживачі, як правило, формують спорадичний попит, який спричиняє незначне зростання ємності ринку, вони входять до тих 5-8% населення країни, які готові переплачувати 75% і більше за органічну продукцію тваринництва.

Таким чином, існує необхідність запровадження системи заходів, спрямованих на збільшення місткості ринку органічної продукції тваринництва, розвитку конкурентного середовища на внутрішньому ринку, інфраструктурного забезпечення збуту органічної продукції тваринництва, прийняття основ державної політики у сфері здорового харчування.

Поряд зі створенням бази даних про вітчизняні та зарубіжні технології, продуктивні інновації нового покоління, доцільними є компенсація та відшкодування державою сільськогосподарським товаровиробникам витрат, пов'язаних зі створенням нових потужностей із виробництва й переробки продукції тваринництва, яка має географічне зазначення походження, та органічної продукції тваринництва, сертифікацією виробництва за сертифікаційними системами PDO, PGI, TSG і системами сертифікації органічного виробництва на базі малих і середніх підприємств, фермерських господарств (про господарства населення не йдеться, адже на їх базі складно організувати сертифікацію). Роль малих і середніх підприємств, фермерських господарств у розвитку виробництва продукції з географічним зазначенням походження й органічного виробництва є ключовою. У світі середня площа органічних земель, що припадає на одного виробника органічної продукції, становить 40,5 га. Хоча в Україні є господарства, які мають площу органічних угідь понад 7000 га (ПП «Агроєкологія» і ПП «Галекс-Агро»).

На ринку органічної продукції розвинених країн присутні як дрібні, так і великі господарства. Проте першочергової підтримки з точки зору створення нових потужностей та органічної сертифікації потребують саме дрібні та середні фермерські господарства. Практика показує, що вони досить швидко адаптуються до повної зміни технологій виробництва, що зумовлює необхідність повного переходу від застосування штучних добрив на користь органіки. При плануванні параметрів органічного виробництва слід враховувати необхідність забезпечення балансу поживних речовин у ґрунті. Фахівці підкреслюють, що для відновлення балансу гумусу в господарствах необхідно мати щонайменше 1 умовну голову худоби на 1 га посівної площі (на якій формується кормова база) для забезпечення цього гектара органічними добривами. Забезпечити вказані передумови формування бездефіцитного балансу гумусу шляхом внесення органічних добрив можна в більшості випадків лише на базі малих і середніх господарств.

При переважній державній підтримці малих та середніх сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств, які можуть стати драйверами розвитку вітчизняного органічного тваринництва (зокрема, у сферах вирощування ВРХ, виробництва молока, столових яєць, меду) та виробництва продуктів харчування з географічним зазначенням походження, гарантується безпосередній зв'язок державної підтримки із забезпеченням якості продукції.



Нині споживачі стають все більше зацікавленими в отриманні інформації про способи утримання і лікування тварин, рівень їх благополуччя. Відповідно, необхідно створити умови для зростання мотивації вітчизняних товаровиробників до поліпшення добробуту тварин і відображення цього через певні програми сертифікації, що дозволить збільшити попит на їхню продукцію.

Одним із першочергових завдань вважаємо запровадження в Україні системи збору та аналізу офіційної статистичної інформації щодо розвитку органічного виробництва. Нині така інформація хоча й не відсутня в принципі, але розосереджена серед сертифікуючих компаній (переважна більшість із яких є зарубіжними), об'єднань, асоціацій, федерацій органічного руху, консалтингових фірм, що ускладнює її акумуляцію та об'єктивну оцінку ситуації в органічному тваринництві. Відсутність офіційних статистичних даних створює передумови для фальсифікації даних, уможлиблює реалізацію псевдоорганічної продукції.

Важливим інструментом прискорення розвитку органічного сектору є розбудова інфраструктури ринку органічної продукції. Її відсутність спричиняє нерозмежованість потоків традиційної, органічної та генетично модифікованої продукції і змушує виробників використовувати традиційні канали її збуту, часто не отримуючи необхідної цінової надбавки. Досить часто виробники органічної продукції змушені збувати її різноманітним посередникам за заниженими цінами. Така ситуація призводить до цінової дискримінації товаровиробників, відтоку фінансових ресурсів із органічного сектору.

Потрібно запровадити систему економічного стимулювання виробництва органічної продукції тваринництва, яка базується на запровадженні цінових, податкових, кредитних, митних та інших пільг. Водночас необхідним вбачаємо застосування жорстких санкцій до порушників екологічних норм загалом та вимог до органічного виробництва продукції тваринництва зокрема (рис. 4).



**Рис. 4. Інструменти прямої та непрямої державної підтримки виробництва органічної продукції тваринництва**

Джерело: [6; 22], власні дослідження [14].

Інструменти прямої державної підтримки мають бути збалансованими між окремими видами органічної продукції тваринництва залежно від показника норми прибутку чи рентабельності

виробництва. Важливим є механізм стимулювання переведення земель, виведених з інтенсивного використання, на виробництво органічної продукції тваринництва чи органічних кормів, фінансової підтримки товаровиробників під час перехідного періоду (24-36 місяців), виробників органічних добрив, біологічних засобів захисту тварин.

Для збільшення доступності органічної продукції пересічному споживачеві, стримування соціальної стратифікації суспільства вважаємо за доцільне зниження ставки ПДВ із 20 до 7% на основні види органічної продукції тваринництва, а також продукції виробленої за сертифікаційними схемами PDO, PGI, TSG. Це дозволить досягти низки цілей: по-перше, забезпечити здоровим харчуванням значну частку населення країни, по-друге, підвищити ефективність виробництва високоякісної ПТ та її конкурентоспроможність, що дозволить зміцнити позиції вітчизняних виробників на внутрішньому та зовнішніх ринках, накопичувати додану вартість всередині країни.

Таким чином, необхідне комплексне застосування запропонованих заходів та інструментів, спрямованих на розвиток органічного виробництва та підвищення якості ПТ, для створення синергетичного ефекту впливу на попит, пропозицію, конкурентну ситуацію на ринку.

Поряд із викладеними вище напрямками стимулювання пропозиції органічної продукції тваринництва та розбудови інфраструктури органічного ринку, належну увагу слід приділити й активізації попиту та сприяння раціональній поведінці споживачів. Адже, зважаючи на низькі доходи більшості населення країни, така поведінка у системі координат «ціна – якість» через низьку платоспроможність тяжіє в більшості випадків у сторону нижчої ціни.

На часі є необхідність запровадження в Україні програм адресної продовольчої допомоги населенню, що перебуває за межею бідності. Серед таких програм базовою має стати, за прикладом США, програма пільгового придбання органічних продуктів тваринного походження, щодо яких спостерігається хронічне недоспоживання (молока, м'яса, риби). У США в межах подібної програми (Supplemental Nutrition Assistance Program (SNAP)) допомогу в 2020 році отримали 40 млн осіб. Середній місячний розмір цієї допомоги на 1 особу становив близько 155 доларів США, а урядові витрати за програмою сягнули 79,2 млрд дол. США [23].

В Україні критеріями участі окремих домашніх господарств у цій програмі має бути рівень валового доходу сім'ї (у розрахунку на одну особу) нижче 118% межі бідності або чистого доходу сім'ї нижче 100% межі бідності. Згідно з національною методологією, показник межі бідності на основі реального прожиткового мінімуму на початок 2020 року становив 3661 грн на одну особу. Таким чином, реципієнтами програми стають до 25% населення країни, яке вважається бідним. Хоча, за даними ООН, нині 36 млн українців живуть за межею бідності.

Фінансові ресурси в рамках програми пільгового придбання органічних продуктів харчування тваринного походження, щодо яких спостерігається хронічне недоспоживання, мають розподілятися за допомогою пластикових карток, які обертаються в спеціальній платіжній системі електронного переказу субсидій. Картки використовуватимуться реципієнтами програми для придбання органічних продуктів харчування вітчизняного походження в авторизованих супермаркетах. Перелік продуктів харчування (із зазначенням їх виробників) та авторизованих супермаркетів, які беруть участь у програмі, після ретельної перевірки визначатиметься Державною службою України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Для включення до цього переліку виробники продукції тваринництва повинні сертифікувати органічне виробництво за міжнародними стандартами. Виробники матимуть мотивацію до такої сертифікації, адже це може значно розширити її ринок збуту.

Програма пільгового придбання високоякісних органічних харчових продуктів тваринного походження (ХПТП), щодо яких спостерігається хронічне недоспоживання, повинна доповнити (або ж замінити) чинну в Україні державну допомогу для малозабезпечених. Значна частка державної допомоги для малозабезпечених, яка надається у грошовій формі, витрачається домогосподарствами-реципієнтами не за призначенням (на придбання спиртних напоїв, цигарок тощо). Бідні домогосподарства, як правило, придбавають низькоякісні дешеві ХПТП, зокрема, й імпортні. Виходить, що держава стимулює попит на продукцію недобросовісних товаровиробників або ж на продукцію іноземного виробництва. Хоча на вказану допомогу щороку витрачається 10 млрд грн з держбюджету, системного ефекту для вітчизняних товаровиробників вона не приносить.

Заміна чинної державної допомоги для малозабезпечених на програму пільгового придбання органічних продуктів зумовить зростання місткості внутрішнього ринку високоякісних ХПТП (мінімум на 10 млрд грн), виникнення синергетичного ефекту, який полягатиме в такому:

1) сприятиме нарощуванню споживання органічних ХПТП, щодо яких недотримано раціональних норм харчування (молоко, м'ясо, риба), та розширення місткості внутрішнього ринку;

2) забезпечить доступ бідних громадян до високоякісних ХПТП, чого не спостерігалось раніше. Це сприятиме значному зростанню сукупного добробуту в країні, адже 1 гривня, витрачена незаможним громадянином на якісне харчування, як правило, приносить більше корисності, ніж одна гривня, витрачена багатієм на товари розкоші чи розваги;

3) стане дієвим мотиватором збільшення пропозиції високоякісних продуктів харчування тваринного походження з боку вітчизняних товаровиробників. Програма уособлює один із інструментів підтримки добросовісних сільгоспвиробників через стимулювання попиту, що сприятиме збільшенню місткості ринку вітчизняних високоякісних продуктів харчування;

4) стане інструментом розв'язання проблеми продовольчої безпеки та нарощення інтелектуального потенціалу нації.

З нашої точки зору, реалізація цієї програми вписується в стратегічний вектор сучасної соціальної політики в Україні, в рамках якого здійснюється трансформація різного роду пільг (пільги на проїзд, пільги при наданні комунальних послуг тощо) чи неефективних програм на дієві програми адресної соціальної допомоги тим, хто цієї допомоги дійсно найбільше потребує.

Одним із недоліків реалізації програми пільгового придбання органічних продуктів, щодо яких спостерігається хронічне недоспоживання, може стати прагнення бідних домогосподарств реалізувати придбану в авторизованих супермаркетах високоякісну продукцію тваринництва на стихійних ринках зі значною знижкою (щоб виручити хоч якусь готівку для придбання антиблаг). Це жодним чином не нівелюватиме позитивний ефект програми для суспільства, адже сприятиме розвитку вторинного ринку органічних продуктів харчування тваринного походження та збільшення їх доступності для пересічних громадян.

Доцільним є запровадження в Україні інших продовольчих програм, що, з одного боку, забезпечують раціональне харчування населення та зростання інтелектуального потенціалу нації, а з іншого, – стимулюють попит на високоякісні органічні продукти харчування вітчизняного виробництва. Зважаючи на необхідність нарощування інтелектуального потенціалу дітей і підлітків, до них перш за все необхідно віднести програми якісного шкільного харчування продукцією тваринництва (спеціальна молочна програма в загальноосвітніх навчальних закладах за прикладом США, програма споживання перепелиних яєць у школах за прикладом Японії).

Очевидно, що раціональне харчування дітей і підлітків за умов постіндустріальної трансформації є необхідною умовою нарощування інтелектуального потенціалу нації, розвитку економіки знань. Тому вважаємо за доцільне розроблення та прийняття основ державної політики у сфері здорового харчування населення з урахуванням змін соціально-економічної ситуації, появи нових наукових уявлень про якісне харчування.

Великий потенціал України з виробництва органічної продукції тваринництва зумовлює необхідність розроблення та реалізації заходів щодо розширення її експорту. Розширення і стимулювання експорту продукції з високою часткою доданої вартості є одним із найважливіших пріоритетів урядів низки розвинених країн світу. Наприклад, у США на державному рівні реалізуються заходи, спрямовані на економізацію зовнішньої політики, які охоплюють все більше американських організацій. На основі щорічної «Національної експортної стратегії» розробляється більше ста державних програм зі сприяння експорту американської продукції [24, с. 464].

Необхідно розробити й ухвалити Державну програму сприяння експорту високоякісної продукції тваринництва, спрямовану на створення нової конкурентної моделі розвитку аграрного сектору, ефективної системи розвитку його експортного потенціалу, підвищення якості вітчизняного експорту, покращення структури та розширення його номенклатури [24]. З нашої точки зору, Державна програма сприяння експорту високоякісної ПТ має містити такі підпрограми:

1) Підпрограма страхування ризиків товаровиробників при здійсненні експорту. Вона спрямована на сприяння виходу на зовнішні ринки малих та середніх сільськогосподарських

підприємств, які займаються виробництвом високоякісної продукції тваринництва, зокрема, продукції із «захищеним позначенням походження» (PDO), «захищеним географічним найменуванням» (PGI), «традиційною гарантованою особливістю» (TSG), органічної продукції з використанням вільного вигулу тварин. Держава сплачуватиме частину страхових внесків (до 50%), а також страхових виплат (до 15%) при страхуванні ризиків невиконання експортних контрактів.

2) Підпрограма доступу та розвитку зовнішніх ринків. Згідно з цією підпрограмою, держава фінансує до 50% витрат (не більш як 50 тис. грн на рік на одного оператора ринку) на такі цілі: 1) налагодження прямих контактів: участь у міжнародних виставках, ярмарках, часткове утримання (на умовах співфінансування) офісів в країнах-імпортерах; 2) сертифікація виробництва, розвиток електронної торгівлі, розробка логотипу підприємства та реєстрація торговельної марки; 3) дослідження ринку та систем оцінки відповідності; 4) страхування вантажів.

3) Підпрограма розширення експорту високоякісної продукції тваринництва за рахунок дотування експорту продукції тваринництва із «захищеним позначенням походження» (PDO), «захищеним географічним найменуванням» (PGI), «традиційною гарантованою особливістю» (TSG), а також органічної продукції (розмір дотації – 7-10% вартості продукції тваринництва). Хоча заходи в межах підпрограми належать до «жовтого кошика» СОТ і підлягають обмеженню, дотування експорту такої продукції не має наразитися на спротив з боку розвинених країн через пряму зацікавленість у її постачанні.

Суб'єктами державної підтримки в межах цих підпрограм можуть бути сільськогосподарські підприємства (насамперед малі та середні), фермерські господарства, їх об'єднання, створені ними маркетингові кооперативи, а також переробні підприємства або підприємства харчової промисловості, в яких 51% статутного фонду сформовані сільськогосподарськими виробниками.

Стосовно підпрограми доступу та розвитку зовнішніх ринків, то вона може стати досить ефективним інструментом розширення експорту продукції тваринництва та продуктів її переробки. Так, за даними Міністерства сільського господарства США (USDA), кожен долар, вкладений урядом у програми доступу та розвитку зовнішніх ринків, зумовлює зростання експорту американської аграрної продукції на 35 доларів США [25].

Підпрограма розширення експорту продукції тваринництва полягає в створенні умов для підвищення мотивації вітчизняних товаровиробників до підвищення якості продукції, участі в міжнародних програмах сертифікації за схемами PDO, PGI, TSG, програмах органічної сертифікації. Підпрограма дозволить наростити експорт вітчизняної високоякісної продукції тваринництва та створити бренд України як її важливої країни-експортера.

**Висновки.** За умов фактичної відсутності в Україні систем сертифікації PDO/PGI/TSG для продукції тваринництва із географічним зазначенням походження чи продукції, виготовленої за традиційною рецептурою, враховуючи тривалість розроблення відповідного законодавства та його імплементації, прогнозувати зростання обсягів виробництва та споживання цієї продукції у середньостроковому періоді немає підстав. Відповідно, високоякісна продукція тваринництва асоціюватиметься передусім із продукцією органічного сектору.

На підставі проведених досліджень нами розкрито трактування, чинники й пріоритети формування організаційно-економічного механізму розвитку виробництва та споживання органічної продукції тваринництва. На основі обґрунтованої структури і логіки понять дано авторське визначення такого організаційно-економічного механізму – це сукупність способів і методів самоорганізації, організації та управління процесами виробництва, обміну, розподілу та споживання органічної продукції тваринництва з метою максимального задоволення суспільних потреб. Обґрунтовано принципи, на яких будується авторська модель організаційно-економічного механізму розвитку виробництва та споживання органічної продукції тваринництва: єдності економічних, соціальних та екологічних цілей, неопротекціонізму, достатності підстав для державного втручання та ефективності, еквівалентності й пропорційності, дієвості.

У межах запропонованих заходів та інструментів у межах авторської моделі організаційно-економічного механізму генерується потужний синергетичний ефект для економічної системи загалом за рахунок одночасного накопичення доданої вартості в країні та прискорення зростання

інтелектуального потенціалу нації. Авторські заходи та інструменти забезпечують безпосередній зв'язок державної підтримки галузі тваринництва із забезпеченням якості продукції тваринництва. Запропоновано механізми зростання мотивації вітчизняних товаровиробників до поліпшення добробуту тварин і відображення цього через певні програми органічної сертифікації, що дозволить збільшити попит на їх продукцію.

Для збільшення доступності органічної продукції пересічному споживачеві, стримування соціальної стратифікації суспільства запропоновано зниження ставки ПДВ до 7% на основні види органічної продукції тваринництва. Це дозволить досягти низки цілей: по-перше, забезпечити здоровим харчуванням значну частку населення країни, по-друге, підвищити ефективність виробництва органічної продукції тваринництва та конкурентоспроможність цієї продукції, що дозволить зміцнити позиції вітчизняних виробників органічної продукції на внутрішньому та зовнішніх ринках, накопичувати додану вартість всередині країни.

#### Список використаних джерел

1. Аналіз ринку органічної продукції в Україні. Агрополітика. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/407-analiz-rinku-organichnoyi-produktsiyi-v-ukrayini> (дата звернення: 03.08.2018).
2. Українці пасуть задніх за споживанням органічної продукції. *Landlord*. URL: <http://landlord.ua/ukrayintsi-pasut-zadnih-za-spozhyvannyam-organichnoyi-produktsiyi/> (дата звернення: 15.08.2018).
3. Органік Стандарт – офіційний сайт. URL: <http://www.organicstandard.com.ua/ua/clients> (дата звернення: 24.08.2018).
4. Beddington, J. (2010). Food security: contributions from science to a new and greener revolution, *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, Vol. 365(1537), pp. 61-71. DOI: <https://doi.org/10.1098/rstb.2009.0201>
5. Безус Р.М. Організаційно-економічні засади ефективного розвитку органічного агровиробництва: монографія. Дніпро: «Лізунов Пресс». 380 с.
6. Гаваза Є. В., Воскобійник Ю. П. Ємність ринку органічної продукції в Україні. *Агроінком*. 2013. № 4–6. С. 7–10.
7. Garnett, T., Appleby, M. C., Balmford, A., Bateman, I. J., Benton, T. G., Bloomer, P. & Godfray, H. C. J. (2013). Sustainable intensification in agriculture: premises and policies. *Science*, Vol. 341(6141), 33-34. DOI: 10.1126/science.1234485.
8. Jensen, J. D., Christensen T., Denver S., Ditlevsen K., Lassen, J., Teuber R. (2019). Heterogeneity in consumers' perceptions and demand for local (organic) food products, *Food Quality and Preference*, Vol. 73, April, pp. 255-265 <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.11.002>
9. Clay, N., Garnett, T. and Lorimer, J. (2020) Dairy intensification: drivers, impacts and alternatives. *Ambio*, 49: 35-48.
10. Springmann, M., D'Croz, D.M., Robinson, S., Garnett, T., Godfray, H.C.J., Golin, D., Rayner, M., Ballon, P., Scarborough, P. (2016). Global and regional health effects of future food production under climate change: a modelling study. *The Lancet*, 387(10031): 1936-1945.
11. Черевко О., Кирилюк Є., Кирилюк І. Аналіз конкурентоспроможності й соціо-еколого-економічної ефективності виробництва і споживання продукції тваринництва походженням із традиційного, органічного та біотехнологічного секторів. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 3. С. 93–112. DOI: 10.31651/2076-5843-2020-3-93-112.
12. Kyryliuk, I., Kyryliuk, Y., Proshchalykina, A., Sardak, S. Socio-economic factors of providing quality of livestock products in Ukraine. *Journal of Hygienic Engineering and Design*. 2020. Vol. 31. Pp. 37-47.
13. Proshchalykina A., Kyryliuk Ye., Kyryliuk I. (2019). Prerequisites for the development and prospects of organic agricultural products market. *Entrepreneurship and sustainability issues*. Vol. 6, No 3 (March), 1107-1117. <http://jssidoi.org/jesi/>; [http://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3\(18\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3(18))
14. Kyryliuk I., Kyryliuk Ye., Maiba Yu. Tools of direct and indirect support of the domestic livestock products production and of enhancement of their quality. *Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. № 1. С. 84–92.

15. Кирилюк І.М. Концептуальні засади організаційно-економічного забезпечення якості продукції тваринництва в Україні. *Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки»*. № 4 (2018). С. 53–66. DOI: 10.31651/2076-5843-2018-4-53-66.
16. Кирилюк І.М., Майба В.В., Дібрівна С.Б., Швець В.В. Шляхи комплексного забезпечення підвищення якості основних видів продукції тваринництва в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6530> (дата звернення: 01.06.2019).
17. Кирилюк І., Кирилюк Є. Організаційно-економічні рішення та моделі підвищення якості продукції тваринництва в Україні: монографія. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2020. 268 с.
18. The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2018. IFOAM. URL: <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1093/?ref=1> (дата звернення: 02.09.2018).
19. Ковальова О. Традиційні та регіональні продукти харчування є однією із можливих точок зростання аграрної галузі. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/250296927> (дата звернення: 21.02.2019).
20. Дудар Т. Г., Дудар О. Т. Маркетингова діяльність у системі товаропросування органічної продукції до споживачів. URL: [www.btsau.kiev.ua/ua/edition.php?read=981](http://www.btsau.kiev.ua/ua/edition.php?read=981) (дата звернення: 16.09.2018).
21. Десять причин, чому органічні продукти коштують дорожче. *Organic UA*. 2013. № 6–8. С. 38–41.
22. Гаваза Є.В. Ринок органічної продукції та його інфраструктура: сучасний стан і перспективи розвитку. *Економіка АПК*. 2014. № 5. С. 131–135.
23. Supplemental Nutrition Assistance Program Participation and Costs. USDA (2021). URL: <https://fns-prod.azureedge.net/sites/default/files/resource-files/SNAPsummary-4.pdf> (дата звернення: 16.02.2021).
24. Кирилюк Є.М. Аграрний ринок в умовах трансформації економічних систем: монографія. Київ: КНЕУ, 2013. 571 с.
25. Прутська О.О. Сільське господарство США: висновки для України: монографія. Вінниця: ТОВ «Фірма «Планер», 2012. 160 с.

#### References

1. Ahropolityka (2018). Analysis of the market of organic products in Ukraine. URL: <https://agropolity.com/spetsproekty/407-analiz-rinku-organichnoyi-produktsiyi-v-ukrayini> (Accessed: 03.08.2018).
2. Landlord (2018). Ukrainians are lagging behind in the consumption of organic products. URL: <http://landlord.ua/ukrayintsi-pasut-zadnih-za-spozhyvannyam-organichnoyi-produktsiyi/> (Accessed: 15.08.2018).
3. Organic Standard (2018). Official site. URL: <http://www.organicstandard.com.ua/ua/clients> (Accessed: 24.08.2018).
4. Beddington, J. (2010). Food security: contributions from science to a new and greener revolution, *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1537), 61–71. DOI: <https://doi.org/10.1098/rstb.2009.0201>.
5. Bezus R. (2014). Orhanizatsiyno-ekonomichni zasady efektyvnoho rozvytku orhanichnoho ahrovyrobnytstva: monohrafiya [Organizational and economic principles of effective development of organic agricultural production: monograph]. Dnipro: «Lizunov Press», 380 (in Ukr).
6. Havaza Ye., Voskobiynyk Yu. (2013). Capacity of the market of organic products in Ukraine. *Ahroinkom* [Agroincom], 4–6, 7–10.
7. Garnett, T., Appleby, M. C., Balmford, A., Bateman, I. J., Benton, T. G., Bloomer, P. & Godfray, H. C. J. (2013). Sustainable intensification in agriculture: premises and policies. *Science*, 341(6141), 33–34. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.1234485>.
8. Jensen, J. D., Christensen T., Denver S., Ditlevsen K., Lassen, J., Teuber R. (2019). Heterogeneity in consumers' perceptions and demand for local (organic) food products, *Food Quality and Preference*, 73 (April), 255–265. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.11.002>.
9. Clay, N., Garnett, T. and Lorimer, J. (2020). Dairy intensification: drivers, impacts and alternatives. *Ambio*, 49, 35–48.
10. Springmann, M., D'Croz, D.M., Robinson, S., Garnett, T., Godfray, H.C.J., Golin, D., Rayner, M., Ballon, P., Scarborough, P. (2016). Global and regional health effects of future food production under climate change: a modelling study. *The Lancet*, 387(10031), 1936–1945.
11. Cherevko O., Kyryliuk Ye., Kyryliuk I. (2020). Analysis of competitiveness and socio-ecological-economic efficiency of production and consumption of livestock products originating from traditional, organic and biotechnological sectors. *Visnyk Cherkas'koho natsional'noho universytetu imeni Bohdana Khmel'nyts'koho*.

*Seriya «Ekonomichni nauky»* [Bulletin of Cherkasy National University named after Bohdan Khmelnytsky. Economic Sciences Series], 3, 93–112. DOI: <http://doi.org/10.31651/2076-5843-2020-3-93-112>.

12. Kyryliuk, I., Kyryliuk, Ye., Proshchalykina, A., Sardak, S. (2020). Socio-economic factors of providing quality of livestock products in Ukraine. *Journal of Hygienic Engineering and Design*, 31, 37–47.

13. Proshchalykina A., Kyryliuk Ye., Kyryliuk I. (2019). Prerequisites for the development and prospects of organic agricultural products market. *Entrepreneurship and sustainability issues*, 6, 3 (March), 1107–1117. [http://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3\(18\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3(18)).

14. Kyryliuk I., Kyryliuk Ye., Maiba Yu. (2019). Tools of direct and indirect support of the domestic livestock products production and of enhancement of their quality. *Visnyk Cherkas'koho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»* [Bulletin of Cherkasy University. Economic Sciences Series], 1, 84–92.

15. Kyryliuk I. (2018). Концептуальні засади організаційно-економічного забезпечення якості продукції тваринництва в Україні. *Visnyk Cherkas'koho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»* [Bulletin of Cherkasy University. Economic Sciences Series], 4, 53–66. DOI: <http://doi.org/10.31651/2076-5843-2018-4-53-66>.

16. Kyryliuk I., Maiba V., Dibrivna S., Shvets' V. (2018). Ways to comprehensively ensure the improvement of the quality of the main types of livestock products in Ukraine. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6530> (Accessed: 01.06.2019).

17. Kyryliuk I., Kyryliuk Ye. (2020). Orhanizatsiyno-ekonomichni rishennya ta modeli pidvyshchennya yakosti produktsiyi tvarynnytstva v Ukrayini: monohrafiya [Organizational and economic decisions and models of improving the quality of livestock products in Ukraine: a monograph]. Cherkasy: CHNU im. B. Khmel'nyts'koho, 268 (in. Ukr).

18. IFOAM (2019). The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2018. URL: <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1093/?ref=1> (Accessed: 02.09.2018).

19. Koval'ova O. (2018). Traditional and regional food products are one of the possible growth points of the agricultural sector. Government portal. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/250296927> (Accessed: 21.02.2019).

20. Dudar T., Dudar O. (2018). Marketing activity in the system of promotion of organic products to consumers. URL: [www.btsau.kiev.ua/ua/edition.php?read=981](http://www.btsau.kiev.ua/ua/edition.php?read=981) (Accessed: 16.09.2018).

21. Organic UA (2013). Ten reasons why organic products are more expensive. *Organic UA*, 6–8, 38–41.

22. Havaza Ye. (2014). The market of organic products and its infrastructure: current status and prospects. *Ekonomika APK* [Economics of AIC], 5, 131–135.

23. USDA (2021). Supplemental Nutrition Assistance Program Participation and Costs. URL: <https://fns-prod.azureedge.net/sites/default/files/resource-files/SNAPsummary-4.pdf> (Accessed: 16.02.2021).

24. Kyryliuk Ye. (2013). Ahrarnyy rynek v umovakh transformatsiyi ekonomichnykh system: monohrafiya [Agrarian market in the conditions of transformation of economic systems: monograph]. Kyiv: KNEU, 571 (in Ukr).

25. Pruts'ka O. (2012). Sil's'ke hospodarstvo USA: vysnovky dlya Ukrayiny: monohrafiya [US agriculture: conclusions for Ukraine: monograph]. Vinnytsya: TOV «Firma «Planer», 160 (in Ukr.).

#### **KYRYLIUK Iryna**

PhD (in Economics), Associate Professor,  
Bohdan Khmelnytsky National University  
of Cherkasy, Cherkasy, Ukraine

#### **KUKURUDZA Ivan**

Dr. Sc. (Economics), Professor,  
Bohdan Khmelnytsky National University  
of Cherkasy, Cherkasy, Ukraine

#### **KYRYLIUK Yevhenii**

Dr. Sc. (in Economics), Professor,  
Bohdan Khmelnytsky National University  
of Cherkasy, Cherkasy, Ukraine

### **ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF ORGANIC LIVESTOCK PRODUCTS PRODUCTION AND CONSUMPTION DEVELOPMENT IN UKRAINE**

**Problem.** Despite the significant increase in the area of organic land in Ukraine, the vast majority of these areas are occupied by arable crops. Thus, 48.1% of all organic lands are occupied by cereals, more than 16%

are oilseeds; 4.6% - legumes; 2% - vegetables, 0.6% - fruits. Of the 485 domestic entrepreneurs who received an organic certificate, only 15 entrepreneurs or 3% of their total number produce livestock products.

**Purpose** of the article is a theoretical and methodological justification of the organizational and economic mechanism of organic livestock products production and consumption development in Ukraine.

**Results.** The logical chain of concepts "mechanism" - "economic mechanism" - "organizational and economic mechanism" - "organizational and economic of organic livestock products production and consumption development" is substantiated, and also author's interpretations of these concepts are offered. The principles of formation and improvement of organizational and economic mechanism (EOM) of organic livestock products production and consumption development are defined: unity of economic, social and ecological goals, neoprotectionism, and sufficiency of grounds for state intervention and efficiency, equivalence and proportionality, efficiency. The conceptual scheme of OEM development of organic production and consumption of livestock products is offered, which combines the purpose and tasks, factors and preconditions, priorities of formation, as well as tools, measures and expected results of OEM implementation.

The existing disparities in the development of the domestic organic sector (in the direction of priority development of organic crop production) are indicated. The tools of direct and indirect state support for the production of organic livestock products are substantiated. A number of measures and tools have been developed to stimulate demand for organic livestock products, as well as to expand their exports.

**Originality.** For the first time, the theoretical foundations of the study of the impact of organizational and economic support for the organic livestock products production and consumption development on the formation of value added within the country, as well as the growth of intellectual potential of the nation. Theoretical principles serve as an effective tool for understanding the priority of creating added value in animal husbandry, the direct dependence of the nation's health and the growth of its intellectual potential on the processes of consuming food rich in essential animal proteins.

Mechanisms for stimulating demand for organic livestock products and mechanisms for stimulating its exports have been improved. Their implementation will increase the capacity of the domestic market of organic livestock products, increase the competitiveness of domestic products, accelerate the process of conquering new markets, improve the structure of domestic exports and expand its range.

**Conclusions.** Given the actual absence of PDO / PGI / TSG certification systems for livestock products in Ukraine, given the duration of the relevant legislation and its implementation, there is no reason to predict the growth of production and consumption of these products in the medium term. Accordingly, high-quality livestock products will be associated primarily with organic products.

Author's measures and tools provide a direct link between state support for the livestock industry and ensuring the quality of livestock products. To increase the availability of organic products to the average consumer, to curb the social stratification of society, it is proposed to reduce the VAT rate to 7% on the main types of organic livestock products. This will achieve a number of goals: first, to provide healthy food to a significant proportion of the population, and secondly, increase the efficiency of organic livestock production and competitiveness of these products, which will strengthen the position of domestic producers of organic products in domestic and foreign markets, accumulate added value inland.

**Keywords:** mechanism, economic mechanism, organizational and economic mechanism, livestock products, organic products, value added, protected designation of origin (PDO), protected geographical indication (PGI), traditional guaranteed features (TSG), export.

Одержано редакцією: 20.11.2020  
Прийнято до публікації: 21.01.2021