

УДК 330.3

Б. Ю. Кишакевич,
д. е. н., професор, професор кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності,
Національний університет "Львівська політехніка"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5721-8543>
Р. В. Костецький,
аспірант, Національний університет "Львівська політехніка"
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-5671-255X>

DOI: 10.32702/2306-6792.2025.9.29

ЕКСПОРТ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ З УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, РИЗИКИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

B. Kyshakevych,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Foreign Economic
and Customs Activity, Lviv polytechnic national university
R. Kostetsky,
Postgraduate student, Lviv polytechnic national university

EXPORT OF ORGANIC PRODUCTS FROM UKRAINE: CHALLENGES, RISKS AND WAYS TO OVERCOME THEM

У статті розглянуто стан та динаміку експорту органічної продукції з України в умовах воєнного стану. Визначено ключові виклики, серед яких логістичні труднощі, сертифікаційні бар'єри, обмежений доступ до фінансування та надмірна залежність від ринку ЄС. Проаналізовано статистичні дані щодо обсягів експорту та основних країн-імпортерів української органіки. Виявлено посилення конкуренції з боку країн Азії та Латинської Америки. Окреслено основні ризики, що загрожують сталому розвитку органічного експорту. Запропоновано напрями подолання зазначених бар'єрів, зокрема диверсифікацію ринків збуту, цифровізацію процесів та державну підтримку сертифікації. Наголошено на важливості розвитку логістичних кластерів та кооперації виробників. Визначено роль державних програм і міжнародної допомоги у підвищенні конкурентоспроможності органічного сектора. Зроблено висновок про необхідність включення органічного експорту до стратегічних пріоритетів національної експортної політики.

The article analyzes the current state and dynamics of organic product exports from Ukraine amid the challenges of wartime. It emphasizes the growing importance of organic agriculture and the strategic role of exports for national economic development. Ukraine remains among the top suppliers of organic products to the European Union, supported by favorable climatic conditions and agricultural potential. However, full-scale military aggression, disrupted logistics, certification issues, and increased global competition pose serious threats to exporters. The study identifies key challenges, including dependence on a limited number of foreign markets, complex certification procedures, and limited access to financial tools. The paper presents statistical data confirming the decline in organic imports by EU countries in 2023, impacting Ukrainian exporters. Despite these difficulties, the domestic demand for organic products in Ukraine has begun to recover. The number of certified organic operators in Ukraine is increasing, demonstrating the sector's resilience. The research highlights the growing global market for organic goods, projected to triple in the next decade. It also presents survey findings identifying core export barriers: logistics, certification, market access, and increasing quality requirements. The study proposes practical steps for exporters, including the diversification of export markets beyond the EU, especially toward Asia, the Middle East, and North America. It recommends the promotion of the

"Organic Ukraine" brand through international fairs and digital platforms. Enhancing export capacity requires public support for certification, consulting services, and education in export procedures. The article advocates for strengthening national certification institutions recognized in the EU. Access to financial instruments such as export insurance, concessional loans, and export vouchers is crucial. Cooperatives and producer clusters are proposed as a way to consolidate efforts and reduce costs. It also highlights the need for strategic inclusion of organic exports in Ukraine's national export strategy.

Ключові слова: органічна продукція, експорт, експортні ризики, управління експортом, євроінтеграція, зовнішньоекономічна діяльність, конкурентоспроможність.

Key words: organic products, export, export risk, export management, European integration, foreign economic activity, competitiveness.

АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ

Останнім часом в Україні та світі дуже активно розвивається виробництво та експорт органічної продукції — сільськогосподарської та харчової продукції, виробленої відповідно до принципів органічного землеробства, без застосування синтетичних хімікатів, пестицидів, мінеральних добрив, генетично модифікованих організмів (ГМО), гормонів росту та антибіотиків.

Активізація експортної діяльності в Україні є важливою умовою економічного зростання, оскільки саме зовнішня торгівля здатна генерувати додаткову вартість, стимулювати модернізацію виробництва та сприяти формуванню позитивного іміджу національних товарів за кордоном. Зміцнення позицій України на світових ринках безпосередньо впливає на підвищення конкурентоспроможності економіки, поліпшення структури торговельного балансу та приріст ВВП. У зв'язку з цим формування сприятливих умов для діяльності підприємств-експортерів має стати одним із пріоритетних напрямів державної економічної політики, зокрема через розвиток логістичних коридорів, доступ до фінансових інструментів, створення сервісів консультативної та інформаційної підтримки. Україна володіє значним природно-кліматичним потенціалом для розвитку органічного виробництва, що дозволяє їй утримувати позиції серед провідних постачальників органічної продукції до ЄС. Водночас повномасштабна війна, порушення логістичних ланцюгів, підвищення стандартів якості та конкуренція на міжнародних ринках створюють нові виклики для експортерів.

Проблеми із сертифікацією, нестабільний доступ до фінансування, обмежений експортний супровід, а також залежність від обмеженої кількості ринків посилюють ризики для ук-

раїнських виробників органіки. У цьому контексті важливим завданням є розробка ефективних механізмів підтримки та адаптації українських експортерів до вимог міжнародного ринку. Дослідження актуальних викликів, аналіз ризиків та пошук шляхів їх подолання дозволяють сформувати стратегічні підходи до сталого розвитку органічного експорту.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблема стимулювання експорту органічної продукції присвячено чимало наукових досліджень та публікацій. Так, в аналітичних звітах [1], [2], [3] та [4] висвітлено основні тенденції розвитку ринку органічної продукції у світі, досліджено економічні та законодавчі аспекти регулювання експорту органічного експорту. Різним аспектам стимулювання експорту органічної продукції присвячено також роботи Ю. Негоди, М. Гузя [5], Б. Кишакевича [6], [7], А. Маліка [8], І. Дідовича, Ю. Муравйова О. Кучера [10], К. Бойса [11] та інших. У статті [8] проведено всебічне дослідження особливостей ведення бізнесу у сфері органічного сільського господарства. Розкрито характерні риси роботи органічного ринку в умовах воєнного стану та масштабної агресії. Виокремлено стратегічні напрями трансформації та підтримки підприємницької активності в галузі органічного виробництва. У роботі [9] узагальнено та проаналізовано статистичні дані щодо масштабів світового ринку органічної продукції. На основі вивчення чотирьох авторитетних міжнародних звітів, присвячених динаміці й перспективам розвитку цього сегмента, встановлено очікувану тенденцію майже трикратного зростання ринку впродовж найближчого десятиріччя.

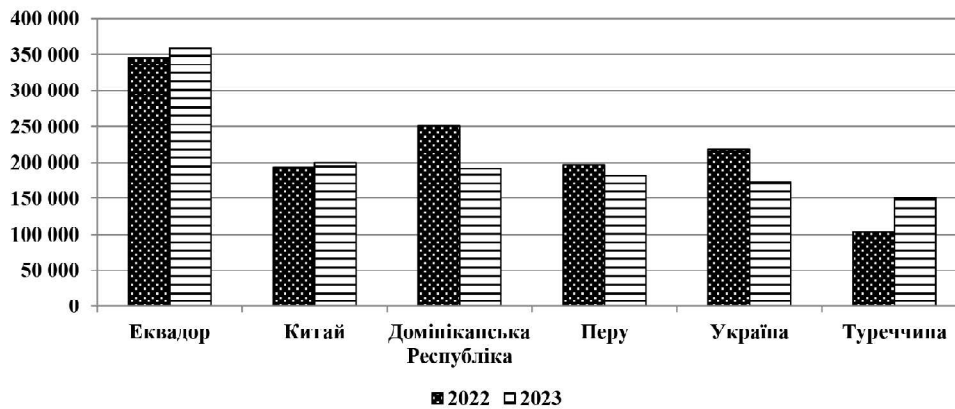


Рис. 1. Найбільші імпортери до ЄС органічної продукції за країною експорту, т

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [3].

Проте, незважаючи на появу останнім часом досить великої кількості публікацій, присвячених проблематиці виробництва органічної продукції, проблеми стимулювання її експорту все ще залишаються недостатньо висвітленими.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті — виявлення ключових викликів та ризиків, з якими стикаються українські експортери органічної продукції в умовах воєнного стану, а також обґрунтування стратегічних підходів і практичних рішень для подолання цих бар'єрів, розширення експортних можливостей, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку органічного сектора України на міжнародному ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На сьогодні в Україні реалізується низка ініціатив, які, попри загальну спрямованість на підтримку бізнесу, мають на меті також стимулювання експорту. Серед них — державна стратегія "Зроблено в Україні", що передбачає комплекс заходів із просування вітчизняної продукції. Окремим напрямом є впровадження спеціалізованих механізмів відповідно до Закону України "Про фінансові механізми стимулювання експортної діяльності", в рамках якого функціонує Експортно-кредитне агентство, покликане забезпечити фінансову підтримку та страхування експортних ризиків для українських компаній. У 2022 році Експортно-кредитним агентством було залучено 274,67 млн грн фінансування та підтримано експорт на 3176 млн грн. У 2023 році ці показники різко зросли: фінансування — до 1065,41 млн грн, а підтримка експорту — до 7839,17 млн грн. У 2024 році, попри незначне зменшення обсягів підтримки

експорту до 7530 млн грн, рівень залученого фінансування залишився стабільно високим — 1040 млн грн [4].

Із 2019 року в Україні функціонує Офіс з розвитку підприємництва та експорту, який реалізує політику підтримки малого й середнього бізнесу та розширення зовнішньоекономічної діяльності відповідно до стратегічних орієнтирів уряду. Одним із ключових напрямів діяльності Офісу стало сприяння виходу на зовнішні ринки виробників органічної продукції. Через системну підтримку експортерів, популяризацію українського органічного сектору та розвиток його експортного потенціалу, установа активно формує позитивний міжнародний імідж України як стабільного й відповідального постачальника екологічно чистих товарів.

Аналізуючи динаміку імпорту органічної продукції до ЄС, слід відзначити, що у 2023 році країни Європейського Союзу скоротили закупівлю органічної аграрної продукції, імпорт якої знизився до 2,48 млн тон порівняно з 2,73 млн тон у 2022-му, що є найнижчим рівнем з 2018 року. Така динаміка стала наслідком ослаблення споживчої активності, що було спровоковане суттєвим подорожчанням продуктів харчування впродовж останніх років.

Україна найбільше імпортує органічної продукції до країн ЄС. Згідно із даними Research Institute of Organic Agriculture, у 2022 році Україна увійшла до трійки провідних постачальників органічного продовольства до ЄС, поставивши близько 219 тисяч тон (рис. 1). Для порівняння, роком раніше Україна перебувала лише на п'ятій сходинці з обсягом експорту 189 тисяч тон. Хоча Україна скоротила обсяги експорту до ЄС у 2023 році, проте увійшла до п'ятірки світових лідерів за обсягами поставок органічної продукції на ринок Європейського

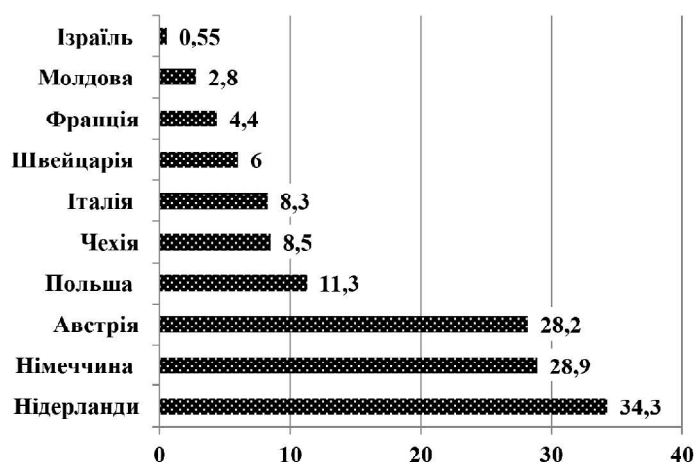


Рис. 2. Найбільші імпортери органічної продукції з України у 2023 р., млн євро

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [2].

Союзу, посівши почесну п'яту позицію серед усіх імпортерів. Таким чином, Україна вже шостий рік утримує стабільну присутність у колі провідних експортерів органіки до ЄС, підтверджуючи свою стратегічну роль у забезпеченні європейського попиту на екологічно чисту продукцію.

Еквадор утримує провідні позиції серед країн, що постачають органічну продукцію до Європейського Союзу, демонструючи подальше зростання поставок органічних бананів на 5% у 2023 році. Натомість Домініканська Республіка, яка раніше займала друге місце, опинилася на третій позиції через суттєве скорочення експорту цих фруктів на 24%. Китайські поставки до країн ЄС зросли на 3%, що зумовлено передусім 12-відсотковим збільшенням імпорту макухи, що дозволило Китаю піднятися на друге місце серед основних експортерів органічної продукції. Серед найбільших торгових партнерів найдинамічніше у 2023 році зро-

став експорт органічної продукції з Туреччини — на 44%, завдяки активізації постачань овочів, пшениці та інших зернових культур. Водночас було зафіксовано помітне зниження обсягів імпорту з низки країн, зокрема з України на 21%, та Індії на більше 50% [1].

На рисунку 2 зображено найбільших імпортерів органічної продукції з України у 2023 році. Провідними партнерами нашої країни є Нідерланди (34,3 млн євро), Німеччина (28,9 млн євро) та Австрія (28,2 млн євро), що свідчить про значну концентрацію експорту в межах ринку ЄС.

У 2023 році внутрішній попит на органічну продукцію в Україні продемонстрував ознаки відновлення після різкого спаду, що стався у 2022 році. Загальна сума реалізованих вітчизняних органічних товарів становила 982 млн гривень, що відповідає рівню 2019 року. Слід відзначити також, що у 2023 році Україна була четвертою у світі за збільшенням площ сіль-

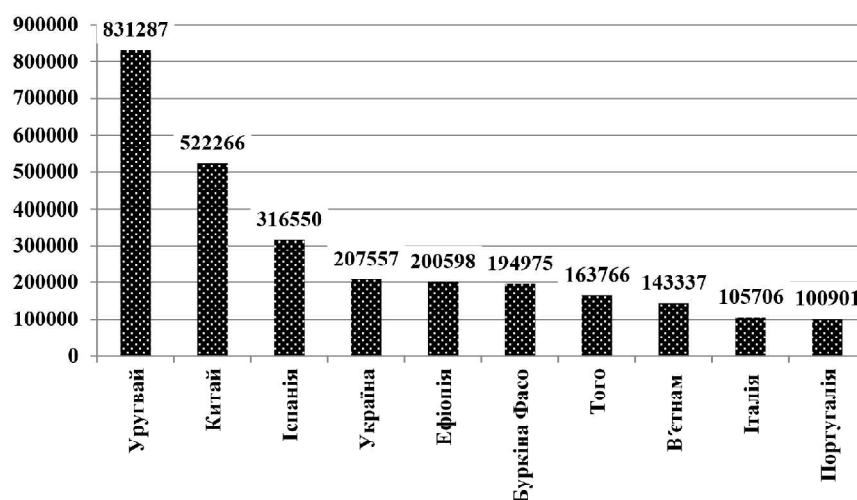


Рис. 3. 10 найбільших країн за збільшенням у 2023 році площі органічних с.-г. угідь, га

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [2].

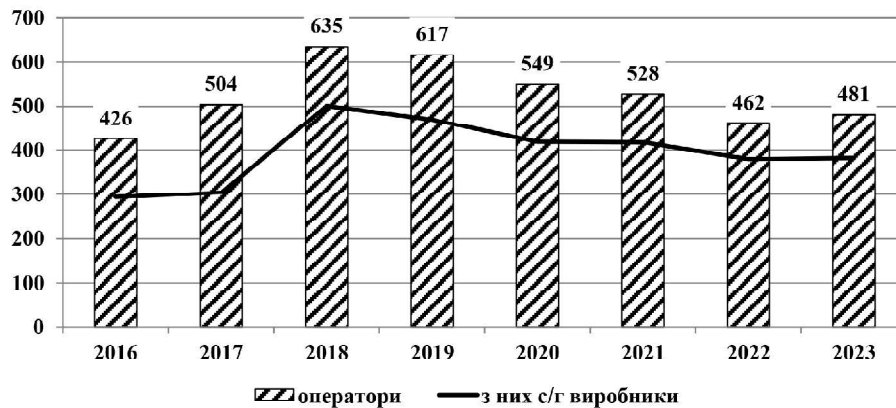


Рис. 4. Кількість органічних операторів в Україні

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [2].

ськогосподарських угідь, відведених під органічне землеробство (рис. 3).

Починаючи з 1 липня 2024 року, продаж органічної продукції дозволяється лише за умови документального підтвердження її органічного походження — обов'язковою є наявність чинного сертифіката, що засвідчує відповідність процесу виробництва національним вимогам. Крім того, усі товари такого типу мають містити офіційний державний знак маркування органічної продукції, розміщений безпосередньо на упаковці. Цікаво, що кількість органічних операторів в Україні у 2023 році вперше після 2018 року зросла і становила 481 (рис. 4).

Опитування українських експортерів органічної продукції, проведене на початку 2025 року громадською спілкою "Органічна ініціатива" у співпраці з дослідницькою агенцією MZ HUB виявило основні бар'єри, з якими стикаються українські експортери органічної продукції. 60% опитаних відзначили логістичні труднощі, зокрема затримки на польському кордоні та загальне ускладнення перевезень. 45% експортерів залежні лише від 2—3 країн-партнерів, що підвищує ризики, тоді як 32% мають труднощі з придбанням сировини за доступною ціною. Водночас 29% респондентів відзначають зростання конкуренції на міжнародних ринках, а 28% стикаються з посиленням вимог до якості продукції [2]. У таблиці 1 зібрано найактуальніші на нашу думку виклики для експорту органічної продукції з України.

З огляду на існуючі виклики для експорту органічної продукції, до основних ризиків експорту цього виду продукції з України можна віднести:

— геополітичні (війна, санкції, зміни в політиці ЄС щодо імпорту);

— економічні (інфляція, девальвація, коливання цін на агропродукцію);

— ризики репутації (невиконання умов сертифікації, відхилення поставок у ЄС через залишки пестицидів);

— ризики залежності від одного ринку (ЄС як основний напрямок експорту).

Для подолання логістичних труднощів необхідно розширювати альтернативні маршрути експорту, зокрема через дунайські порти, залізничні хаби в Румунії, Угорщині та Словаччині. Українські експортери мають адаптуватися до змін, використовуючи мультимодальні логістичні рішення. Важливим кроком є створення та підтримка логістичних кластерів поблизу західного кордону. З метою зменшення залежності від окремих ринків слід розширювати географію експорту, орієнтуючись на ринки Азії, Близького Сходу та Північної Америки.

Диверсифікація продукції та пошук нових ніш, як-от органічна дитяча їжа чи функціональні продукти, дозволять підвищити стійкість українських постачальників. Для посилення позицій на ринку ЄС слід посилити промоцію бренду "Organic Ukraine" на міжнародних виставках та онлайн-платформах. Надання державної підтримки у вигляді часткової компенсації витрат на сертифікацію значно підвищить експортний потенціал. Варто розширювати мережу вітчизняних сертифікаційних органів, які визнаються в ЄС.

Для мікро- та малих виробників необхідно забезпечити доступ до інформаційно-консультативних центрів, які надають підтримку з питань ЗЕД. Освітні програми, тренінги та вебінари мають охоплювати теми сертифікації, логістики, контрактного права та цифрової торгівлі. Доцільно активізувати співпрацю з донорськими програмами (EU4Business, USAID,

Таблиця 1. Ключові виклики для експорту органічної продукції з України

Категорія виклику	Опис проблеми
Логістичні труднощі	Через воєнні дії порушено транспортні коридори, заблоковано морські порти, залізнична інфраструктура перевантажена. Виникають затримки при перетині кордону, особливо на польському напрямку. Висока вартість перевезень знижує конкурентоспроможність продукції.
Недостатня диверсифікація ринків збуту	Основним напрямком експорту залишається ЄС, зокрема Німеччина та Нідерланди. Така концентрація ринків робить український експорт вразливим до змін торговельної політики або попиту з боку окремих країн.
Посилення конкуренції на міжнародному ринку	Інші країни, як-от Туреччина, Індія, Китай, активно розширюють присутність на ринках ЄС, часто пропонуючи нижчі ціни або кращі логістичні умови. Це створює тиск на українських виробників щодо якості, обсягів і ціноутворення.
Сертифікаційні та регуляторні бар'єри	Не всі українські виробники мають необхідну міжнародну органічну сертифікацію (наприклад, EU Organic, Bio Suisse), а процес її отримання складний, дорогий і довготривалий. Часто виникають проблеми з визнанням українських сертифікатів у країнах-імпортерах.
Фінансові труднощі	Експортери органіки часто не мають доступу до спеціалізованих фінансових інструментів (страхування експорту, гарантії, пільгове кредитування). Відсутні механізми пом'якшення фінансових ризиків, пов'язаних з коливанням валют, цін на логістику чи зміною попиту.
Військові та геополітичні ризики	Вторгнення Росії суттєво ускладнило виробничий процес: деякі органічні поля заміновані або окуповані, порушено ланцюги постачання, частина господарств зазнала пошкоджень. Це створює ризики зриву поставок та зниження довіри до стабільності українського постачальника.
Брак знань і інформаційної підтримки	Дрібні та середні органічні виробники часто не володіють достатніми знаннями про зовнішні ринки, експортне законодавство, митні процедури, маркетинг за кордоном. Існує потреба у навчанні, консалтингу та державній підтримці.

GIZ), які надають технічну допомогу експортерам.

Фінансові ризики можна мінімізувати через доступ до експортного страхування та гарантій від ЕКА (Експортно-кредитного агентства). Розробка фінансових інструментів для підтримки органічного агробізнесу — як от пільгові кредити, експортні ваучери, програми співфінансування — сприятиме стабілізації сектору. Варто також активізувати створення кооперативів або кластерів, які спільно можуть виходити на нові ринки.

В умовах воєнного стану необхідно впроваджувати цифрові рішення для трейдингу та сертифікації, щоб мінімізувати фізичні бар'єри. Держава має посилити дипломатичну підтримку українського органічного експорту на рівні міжнародних організацій. Позитивна репутація країни як відповідального постачальника має формуватися через прозорість, простежуваність і відповідність європейським стандартам. Нарешті, стратегічним пріоритетом є включення органічного експорту до дер-

жавної експортної стратегії України з чіткими індикаторами підтримки.

Таким чином шляхи подолання викликів і мінімізації ризиків експорту органічної продукції можна згрупувати у наступні блоки:

- гармонізація стандартів з вимогами ЄС (участь у програмах технічної допомоги);
- розширення інституційної підтримки експорту (через офіс розвитку експорту, програми USAID, EU4Business);
- диверсифікація ринків (вихід на Близький Схід, Азію, Канаду);
- запровадження цифрових інструментів просування продукції (e-commerce, сертифікати в blockchain, участь у онлайн-ярмарках);
- кооперація виробників у кластери або асоціації для спільного експорту та лобіювання інтересів;
- підвищення фінансової грамотності та доступу до експортного фінансування.

Важливими напрямками удосконалення експортної політики України повинна стати розробка нових видів продукції, таких як органіч-

не дитяче харчування чи функціональні товари, які мають високий попит на глобальному ринку. Доступ до фінансових інструментів, таких як страхування експорту, ваучери, кредити повинен бути суттєво розширений.

ВИСНОВКИ

Експорт органічної продукції з України виступає стратегічним напрямом економічного розвитку та євроінтеграції. Попри воєнні дії та глобальну нестабільність, сектор органічного виробництва демонструє стійке зростання. Україна утримує позиції серед провідних постачальників органіки до Європейського Союзу, що свідчить про високий потенціал галузі. Основними викликами для експортерів залишаються логістичні обмеження, сертифікаційні бар'єри, нестабільність фінансування та геополітична напруга. Надмірна залежність від ринку ЄС підвищує чутливість до змін зовнішньоторговельної політики. Зниження обсягів імпорту органіки в Європі у 2023 році через економічні чинники створило додаткові труднощі для українських постачальників. Процедури отримання міжнародної сертифікації є тривалими й дорогими, а кількість національних органів, визнаних у ЄС, — обмежена.

Посилення конкуренції з боку Туреччини, Китаю та інших країн чинить ціновий та якісний тиск на українську продукцію. Водночас державні ініціативи, зокрема робота Експортно-кредитного агентства та Офісу розвитку підприємництва й експорту, частково компенсують ризики та сприяють просуванню української органіки на зовнішніх ринках. Програма "Зроблено в Україні" та формування бренду "Organic Ukraine" посилюють позиції на міжнародній арені. Внутрішній попит на органічну продукцію демонструє ознаки відновлення, що створює додаткові стимули для розвитку галузі. Розширення площ органічного землеробства свідчить про інвестиційну привабливість сектора. Основними бар'єрами для експорту залишаються обмежена логістика, концентрація експорту на кількох ринках, нестача знань у виробників і відсутність системної інформаційної підтримки.

Вирішення логістичних проблем можливе через розвиток альтернативних маршрутів, використання дунайських портів та створення мультимодальних кластерів біля західного кордону. Зменшення ризиків залежності від одного ринку передбачає диверсифікацію географії експорту, зокрема на Близький Схід, Азію та Північну Америку. Створення кластерів виробників сприяє спільному просуванню продукції

й підвищенню конкурентоспроможності. Надання компенсацій на сертифікацію, участь у міжнародних виставках і впровадження цифрових інструментів (e-commerce, блокчейн, онлайн-ярмарки) підвищують довіру до української продукції. Навчальні програми та консалтинг допомагають мікро- і малим виробникам адаптуватися до вимог ЗЕД. Участь у програмах технічної допомоги (EU4Business, USAID, GIZ) дозволяє підвищити експортну спроможність.

Узагальнюючи, стратегічним пріоритетом держави має стати включення експорту органічної продукції до національної експортної стратегії з чіткими орієнтирами, індикаторами ефективності та належним ресурсним забезпеченням. Лише комплексна політика підтримки дозволить не лише зберегти, а й розвинути позиції України на світовому ринку органічної продукції.

Література:

1. Willer H., Travncek J., Schlatter B. The world of organic agriculture: Statistics and emerging trends 2024. Research Institute of Organic Agriculture FiBL & IFOAM — Organics International. 2024. https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1747-organic-world-2024_light.pdf.
2. Organic Initiative. Дослідження поточного стану, планів та потреб українських експортерів органічної продукції. 2025. https://organicinitiative.org.ua/en/news/organic-exporters_study_eng/.
3. Organicinfo. Імпорт органічної продукції до ЄС у 2023 році: аналітичний огляд № 4. 2024. <https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2024/07/agri-market-brief-23-organic-imports-ua.pdf>.
4. Дослідницька служба Верховної Ради України. Оглядове досьє щодо підтримки українських експортерів та стану і тенденцій розвитку українського експорту. 2025. <https://research.rada.gov.ua/uploads/documents/33468.pdf>.
5. Негода Ю., Гузь М. Експорт української органічної продукції: пріоритети та перспективи розвитку. Економіка та суспільство, 2023. № 57. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-73>.
6. Кишакевич Б. Ю., Котик Я. І., Костецький Р. В. Податкові пільги для експортерів агропродукції: міжнародний досвід та можливості для України. Економіка та суспільство. 2024. № 67.
7. Кишакевич Б. Ю. Проблема вибору мір ризику в контексті світової фінансової кризи.

Науковий вісник НЛТУ України. 2010. № 20.2. С. 178 — 186.

8. Малік Л., Сухостаєць А. Стратегічні вектори розвитку підприємництва в сфері виробництва органічної продукції в Україні. Сталий розвиток економіки. 2025. № 1 (52). С. 395—402. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-56>.

9. Дідович І. І., Муравйов Ю. В., Борис Н. М., Малиновська М. В. (2024). Аналіз та перспективи розвитку світового ринку органічної продукції. Scientific Bulletin of UNFU. 2024. 34 (1), С. 48—52. <https://doi.org/10.36930/40340107>.

10. Kucher O. Marketing tool for the development of organic production market in Ukraine. Economics and Business Management. 2024. Vol. 11(4). P. 90—102. <http://doi.org/10.31548/bioeconomy2020.04.011>.

11. Boys K, Zhang S, Hooker N. The international trade of U.S. organic agri-food products: export opportunities, import competition and policy impacts. Renewable Agriculture and Food Systems. 2022. Vol. 37 (6). P. 603—617. doi:10.1017/S1742170522000163.

References:

1. Willer, H., Travncek, J. and Schlatter, B. (2024), "The world of organic agriculture: Statistics and emerging trends 2024". Research Institute of Organic Agriculture FiBL & IFOAM — Organics International, available at: https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1747-organic-world-2024_light.pdf. (Accessed 10 Apr 2025).

2. Organic Initiative (2025), "Research on the current status, plans and needs of Ukrainian exporters of organic products", available at: https://organicinitiative.org.ua/en/news/organic_exporters_study_eng/ (Accessed 6 Apr 2025).

3. Organicinfo (2024), "Organic imports to the EU in 2023: analytical review No. 4", available at: https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2024/07/agri-market-brief-23-organic-imports_ua.pdf (Accessed 7 Apr 2025).

4. Research Service of the Verkhovna Rada of Ukraine (2025), "Overview dossier on support for Ukrainian exporters and the state and trends of Ukrainian exports", available at: <https://research.rada.gov.ua/uploads/documents/33468.pdf>. (Accessed 7 Apr 2025).

5. Negoda, Yu. and Guz, M. (2023), "Export of Ukrainian organic products: priorities and development prospects", Ekonomika ta suspilstvo, vol. 57. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-73>.

6. Kyshakevych, B. Y., Kotyk, Y. I. and Kostetsky, R. V. (2024), Tax benefits for exporters of agricultural products: international experience

and opportunities for Ukraine. Ekonomika ta suspilstvo, vol. 67. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-65>.

7. Kyshakevych, B.Y. (2010), "The problem of choosing risk measures in the context of the global financial crisis", Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy, vol. 20.2. pp. 178—186.

8. Malik, L. and Sukhostavets, A. (2025), "Strategic vectors of entrepreneurship development in the field of organic production in Ukraine", Stalyi rozvytok ekonomiky, vol. 1 (52), pp. 395—402. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-56>

9. Didovich, I. I., Muravyov, Yu. V., Borys, N. M. and Malinovska, M. V. (2024), "Analysis and prospects for the development of the world market for organic products", Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy, vol. 34 (1), pp. 48—52. <https://doi.org/10.36930/40340107>

10. Kucher, O. (2024), "Marketing tool for the development of organic production market in Ukraine", Economics and Business Management, vol. 11 (4), pp. 90—102. <http://doi.org/10.31548/bioeconomy2020.04.011>

11. Boys, K., Zhang, S. and Hooker, N. (2022), "The international trade of U.S. organic agri-food products: export opportunities, import competition and policy impacts", Renewable Agriculture and Food Systems, vol. 37 (6), pp. 603—617. doi:10.1017/S1742170522000163

Стаття надійшла до редакції 19.04.2025 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток

Виходить 12 разів на рік

включено до переліку наукових фахових видань України
з питань **ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**
(Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України
від 28.12.2019 №1643

Спеціальність 281

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663