

УДК 330.341

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(1)-22-27

АНДРУШКІВ Б. М.

Тернопільський національний університет імені Івана Пулюя

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ ПАРТНЕРСТВА НА ОСНОВІ СПІЛЬНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ В ОРГАНІЧНОМУ СЕКТОРІ АПК

Розглянуто проблему розвитку виробництва органічної сільськогосподарської продукції. Проаналізовано підходи до сертифікації органічної продукції та обґрунтовано в цьому контексті особливий інтерес до мереж органічного землеробства, що отримали назву «Alternative Food Networks (AFN)» та слугують альтернативними напрямками сертифікації органічної продукції без допомоги третіх сторін. Окреслено подальші напрямки розвитку органічного сільського господарства в Україні.

Ключові слова: органічне сільське господарство, бізнес-процеси забезпечення якості, мережі органічного землеробства, сертифікація органічної продукції, партнерські гарантійні системи.

ANDRUSHKIV B.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

FORMATION OF PARTNERSHIP SYSTEMS ON THE BASIS OF THE COMMONITY OF BUSINESS PROCESSES OF QUALITY SUPPORT IN THE ORGANIC SECTOR OF AGRICULTURAL INDUSTRY

The problem of development of production of organic agricultural products is considered. It is revealed that a number of factors influence the popularity of organic agriculture and its products, among them the most important are the tendency towards differentiation of food quality in combination with consumption culture and increased attention to the provision and control of food quality by commodity producers. Approaches to certification of organic products are analyzed. The certification of organic products is aimed at methods and means of agricultural production, as well as processing of raw materials, manufacturing of food products and their delivery to the consumer. A mixed option is government regulation based on business standards. According to the new Law, the production and sale of organic products is certified by a third party organization, and producers are required to undergo annual certification of products, including inspection of production capacities and sampling, to agree on labelling of products with the certification body, to declare the volume of planned organic products. In this context, organic farming networks called "Alternative Food Networks (AFN)" are particularly interested in trying to develop alternative ways of certifying organic products without the help of third parties. The basis is the waiver of private and officially accredited organizations whose main task is to verify the production and processing of products and to provide opinions on the compliance of individuals, farmers and enterprises with the requirements of organic safety standards. Further directions of the development of organic agriculture in Ukraine are outlined.

Keywords: organic agriculture, business processes of quality assurance, organic farming network, certification of organic products, partnership guarantee systems.

Вступ. Україна за своїми ресурсними можливостями (маємо на увазі такий ресурс, як земля – гумус) потенційно може стати найбагатшою державою світу, так як володіє третинною найціннішого ресурсу планети – чорноземом. Ситуація на світових ринках продовольства свідчить про зростаючу зацікавленість споживачів у здоровому та повноцінному харчуванні разом з безпосереднім внеском в збереження природного довкілля. В багатьох країнах світу, передусім у США та ЄС, вже діють ринки органічної сільськогосподарської продукції та харчових продуктів, а також створена й успішно функціонує відповідна інфраструктура сертифікації, маркетингу та реалізації. В основу тієї чи іншої сертифікації органічної продукції кладуться бізнесові стандарти та/або правові норми. Стандарти є добровільними угодами – результатом досягнення певного консенсусу споживачів та виробників товарів і послуг, тоді як правові норми встановлюють обов'язкові вимоги, що використовуються для державного регулювання. В Україні постає стратегічне завдання нарощування обсягів органічної продукції, базуючись передусім на високій якості та довірі споживачів, що можна досягти лише за допомогою альтернативних шляхів неврегульованих законодавчо проблем органічного землекористування.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблемам розвитку виробництва органічної продукції в Європейському та Світовому економічному просторі присвячені праці таких закордонних дослідників, як Е. Ван Лу, Б. Хубера, С. Сенігела, М. Дженсент, Ф. Кастро та інших. Їх дослідження спрямовані на визначення системи управління, яка забезпечує доступ до ринку дрібних сільгоспвиробників. При цьому досить важливо, щоб вони не були невинно виключені з органічного сектору через системи контролю якості та цінових параметрів. В той же час, практично відсутні дослідження стосовно альтернативних систем організації систем підтвердження якості органічної продукції в Україні, які повинні враховувати місцеві особливості виробництва органічної продукції, мають бути інноваційними та достатньо гнучкими для вирішення проблем вітчизняних дрібних землевласників.

Метою статті є визначення теоретико-методологічних засад формування систем партнерства на основі спільності бізнес-процесів забезпечення якості в органічному секторі АПК.

Викладення основних результатів дослідження. В Україні забуваємо про такий гігантський гуманітарний ресурс, як чорнозем (гумус), що, на відміну від всіх інших природних ресурсів, формується тисячами і мільйонами років, є не лише життєзабезпечувальним, а й відтворюваним, перспективним, екологічним, пріоритетним, стратегічним, гуманітарним і ще можна назвати багато показників у користь цього унікального ресурсу. Він дає підстави для функціонування потужної переробної промисловості в інноваційно-логістичному ланцюзі, визначенні пріоритетів та напрямів розвитку агропромислового комплексу, вирощуванні сільськогосподарської продукції, переробки сільгоспсировини, реалізації готової продукції тощо.

Більша частина території України розташована у західній частині Східноєвропейської рівнини, що займає 95% території України. Завдяки теплому клімату, гарному рельєфу (близько 60 % сільськогосподарських угідь є рівнинними, а ще 35 % мають кут нахилу в діапазоні між 1° та 3°) та наявності великих площ чорнозему (третина світових запасів), в Україні надзвичайно сприятливі умови для органічного сільськогосподарського виробництва. Сільськогосподарські угіддя займають приблизно 60 % всієї території України. Територія України поділена на три природнокліматичні зони: Полісся, Лісостеп та Степ. Найбільш родючими ґрунтами не тільки в Україні, а й у світі є чорноземні. Гумусний шар в них може досягати 120 см! Про їх родючість колись казали: «Земля така добра, що посадиш оглоблю, то виросте тарантас». Землі, що використовуються людиною для її потреб, утворюють земельні ресурси (земельний фонд України).

Мотивація споживачів продукції, вирощеної на органічних екологічно чистих добривах, поєднує такі вимоги та очікування: здорове та екологічно безпечне харчування; вищі смакові якості; збереження природного середовища в процесі виробництва; не містить у собі генетично модифікованих організмів; має зв'язок з виробником – місцевий чи регіональний, або навіть прямий; висока якість продуктів та їхня свіжість. Соціальні методи дослідження (опитування) показали, що така мотивація зумовлює готовність частини споживачів платити додаткову надбавку (10–50 % від звичайної ціни) за органічні продукти харчування й попит на них у світі швидко зростає [1].

Для функціонування світових ринків органічної продукції та розвитку органічного сільськогосподарства надзвичайно велику роль відіграє гарантійна система, що містить певні стандарти, а також установи з інспекції та сертифікації. Ця система забезпечує відповідність органічним стандартам усього процесу аграрного виробництва та переробки сільськогосподарської сировини до рівня кінцевої продукції, включно з її упакуванням та маркуванням. Таким чином, сертифікація органічної продукції спрямована на методи й засоби як сільськогосподарського виробництва, так і переробки сировини, виготовлення харчових продуктів та їхню доставку до споживача. Змішаним варіантом є державне регулювання, яке базується на бізнесових стандартах. У сучасному світі переважає тенденція до заміни правових норм щодо органічної продукції стандартами, оскільки останні – простіші у застосуванні та легше піддаються міжнародній гармонізації, а також через політику дерегулювання, що здійснюється в багатьох країнах.

На популярність органічного сільськогосподарства та його продукції впливає низка факторів, серед них найголовніші – тенденція до диференціації якості продуктів харчування в поєднанні з культурою споживання та підвищена увага до забезпечення й контролю якості продуктів харчування з боку товаровиробників [2]. Відповідно, в межах досліджень з виробництва та просування органічних продуктів харчування, бізнес-процеси, які забезпечують повноту їх якості та оригінальності, займають чільне місце.

Сьогодні в світі нараховується 74 країни, які повністю запровадили правила і положення виробництва органічних продуктів харчування [3].

Реалізація політики органічного виробництва продуктів харчування на протязі значного періоду часу сприяла зростанню сільськогосподарських угідь, що використовуються на дані цілі (рис. 1, сформовано на основі [3; 4]).

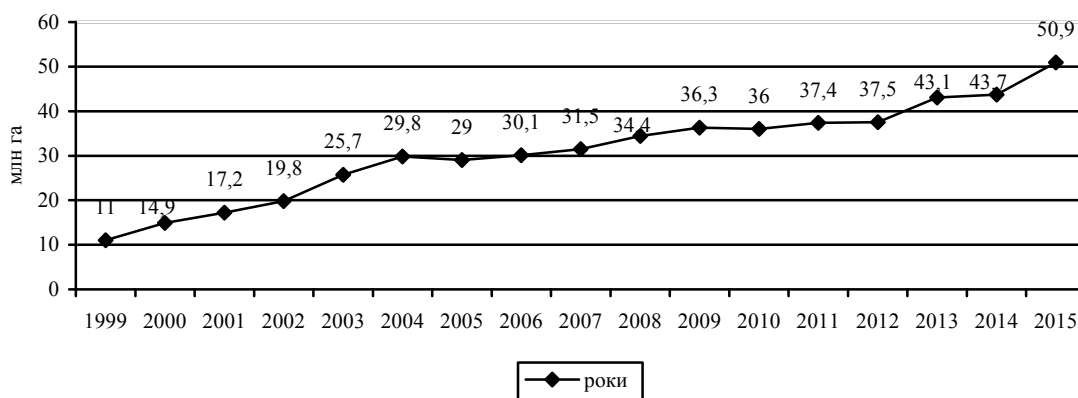


Рис. 1. Обсяги наросування площ сільськогосподарських земель, зайнятих в органічному сільськогосподарському виробництві, в світовому масштабі

Дійсно, в порівнянні з 1999 роком площа таких земель збільшилася майже в п'ять разів, а результати останнього опитування сертифікованого органічного сільського господарства в усьому світі (дані кінця 2015 року) свідчать про його зростання за всіма важливими показниками: площа, виробники та роздрібні продажі.

Регіони з найбільшими територіями органічно керованих сільськогосподарських земель – Океанія (22,8 млн га, або 45% світових органічних земель), Європа (12,7 млн га, або 25% світових органічних сільськогосподарських угідь) і Латинська Америка (6,8 млн га, або 15%). Країни з найбільш органічними сільськогосподарськими землями – Австралія (22,7 млн га), Аргентина (3,1 млн га) і США (2,0 млн га). На глобальному рівні площа землі органічного сільського господарства зросла на 6,5 млн га в порівнянні з 2014 роком. Найбільша частка органічних сільськогосподарських земель складає у Ліхтенштейні (30,2%) та Австрії (21,3%). З 2,4 млн виробників органічної продукції найбільша кількість знаходиться в Індії, Ефіопії і Мексиці. Компанія «Organic Monitor», що займається дослідженнями ринку, оцінює глобальний ринок органічних харчових продуктів у 2015 році до 81,6 млрд доларів США (приблизно 75 млрд євро). США є провідним ринком з 35,9 млрд євро, далі йдуть Німеччина (8,6 млрд євро), Франція (5,5 млрд євро) і Китай (4,7 млрд євро). У 2015 році більшість основних ринків показали двозначні темпи зростання. Найвищі витрати на душу населення були у Швейцарії (262 євро), а Данія має найбільшу частку органічного ринку (8,4 відсотка від загального ринку продуктів харчування) [3; 4].

Причиною виступає світовий попит, дослідження якого показують, що споживачі готові сплачувати додаткову надбавку до ціни за характеристику «органічність» продуктів харчування [5]. В той же час, спостерігається зростання кількості споживачів, які не задоволені глобалізаційним характером постачання органічної продукції [6] та ставляться з недовірою до маркування органічних продуктів харчування [7; 8]. Отже, в такому руслі особливий інтерес викликають напрямки, які виступають альтернативою стандартизованої політики в області органічного сільського господарства.

В Україні сертифікація органічної продукції має здійснюватися відповідно до Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [9], та наразі діючим до 1 серпня 2019 року Законом України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» [10]. Згідно з новим Законом, виробництво та реалізація органічної продукції сертифікується за допомогою сторонньої організації, а виробники зобов'язані проходити щорічну сертифікацію продукції, що включає інспекцію потужностей виробництва та відбір зразків, погоджувати маркування продукції з органом сертифікації, декларувати обсяги запланованої до реалізації органічної продукції.

В цьому контексті особливий інтерес викликають мережі органічного землеробства, що отримали назву «Alternative Food Networks (AFN)» [11], які намагаються розробити альтернативні напрямки сертифікації органічної продукції без допомоги третіх сторін. За основу пропонується відмова від приватних та офіційно акредитованих організацій, основне завдання яких полягає в перевірці виробництва та переробки продуктів і надання висновків про відповідність приватних осіб, фермерів та підприємств вимогам органічних стандартів безпеки.

Згадана вище діяльність містить в своїй основі всебічний аналіз матеріалів, дослідів та перевірок, які однаково мають застосовуватися для будь яких виробників, що подали заявки на відповідну сертифікацію, незалежно від типорозмірів та форм реєстрації підприємницької діяльності. Таким чином, з одного боку незалежна сертифікація органічних продуктів виступає корисним інструментом для споживачів такої продукції щодо забезпечення гарантій відносно виробничих процесів та якості, з іншого – вона менш доступна для дрібних товаровиробників [12]. З метою збільшення експорту продукції органічного сільського господарства в Європейський Союз відбувся розвиток законодавчого забезпечення окремих країн-лідерів в напрямку її супроводу. Основна мета полягає в спробі подолати високі витрати та бюрократичні процедури, що призвело до відмови від сертифікації третіми сторонами в ряді країн, де групи дрібних сільгоспвиробників розпочали підкріплювати якість своєї продукції за допомогою участі в альтернативних системах підтвердження.

На сьогодні, найбільше практикуються дві альтернативні системи підтвердження якості органічної продукції – «системи внутрішнього контролю» (Internal Control Systems – ICS) [13] та «партнерські гарантійні системи» (Participatory Guarantee Systems – PGS) [14; 15]. На відміну від сторонньої сертифікації, вони спрощують бюрократичні процедури та знижують витрати дрібних товаровиробників, які первантажнені значним обсягом документації.

Зокрема, суть та схема роботи системи PGS полягає в підтримці та забезпеченні сприятливих умов для дрібних виробників в межах створення та просування виробничо-переробних систем в АПК, які працюють та відповідають вимогам агроекологічних принципів. В загальному, схема передбачає створення «колективного виміру» на основі спільного розуміння принципів та об'єднанні виробників на основі угоди про спільну відповідальність, в якій ключову роль відіграє соціальний контроль. Для побудови такої системи необхідна участь всіх задіяних суб'єктів в процесі ланцюжків створення цінності та постачання «від виробника до споживача» в єдиній мережі. Завдяки методам однорангової перевірки використання такої

моделі сприяє мінімізації витрат та подоланню бюрократичних перепон, впровадженню елементів екологічної освіти одночасно у виробників та споживачів в напрямку покращення якості.

За даними Міжнародної федерації руху екологічного сільського господарства (IFOAM) в світовому економічному просторі, на даний час, діє 73 ініціативи PGS та ще 65 знаходиться в зародковому стані, причому ними охоплено близько 47000 фермерів. Найвідоміші з них: Rede Ecovida de Agroecologia (Бразилія), Certified Naturally Grown (США), Nature et Progrès (Франція), Keystone Foundation (Індія), Organic Farm NZ (Нова Зеландія) [16].

Розглянемо детальніше функціонування Ініціативи PGS на прикладі формування мережі CampiAperti (Італія), яка була сформована за спільною згодою фермерів органічного землеробства та деяких переробників і споживачів за підтримки Болонського комітету з продовольчого суверенітету [17]. Мережа створювалась на основі перегляду парадигми вирощування та переробки сільськогосподарської продукції з перспективою підтримки розвитку сільського господарства. Сформована учасниками стратегія забезпечує прямі продажі споживачам на умовах скорочення трансакційних витрат. Таким чином, виробники та переробники забезпечують більш високу ціну органічної продукції, усуваючи з ланцюжка крупні торговельні мережі, а споживачі мають змогу придбати свіжі харчові продукти з меншими витратами. Найголовніше, група фермерів та переробників за спільною згодою гарантує якість, оригінальність та впізнаваність своєї продукції.

Основні умови приєднання до мережі CampiAperti нових фермерів та переробників:

- підписання Угоди про принципи мережі;
- дотримання норм Європейського регламенту про органічне виробництво;
- заповнення форми виробника та розміщення її в мережі Інтернет для забезпечення публічності та доступу в будь-який час;
- підписання дотримання умов звітності згідно правил мережі;
- узгодження системи інспектування між учасниками (фермерами, переробниками);
- підписатися та стати учасником розробленої інформаційної системи формування спільного ринку.

Незважаючи на те, що значна частина фермерів та переробників мережі CampiAperti користується сертифікатами виданими сторонніми організаціями, існують інші важливі фактори, які забезпечують її розвиток на основі спільного гарантування якості. Сформована в мережі модель PGS забезпечує більшу доступність та виявляється менш залежною від «паперової» роботи, характеризується гнучкістю та системою оновлень відносно потреб дрібних виробників, базується на прозорості, довірі та безпосередніх зв'язках. Участь в мережі спрямована на зміцнення місцевої фермерської спільноти завдяки взаємній підтримці, дотримання органічних моделей сільськогосподарського виробництва, біорізноманіття та розширення доступу до органічних продуктів харчування. Головним пріоритетом PGS-моделі CampiAperti виступає забезпеченість прямих зв'язків, які на відміну від сторонньої сертифікації гарантують цінність продукції.

Впродовж тривалого терміну існування мережі CampiAperti вона об'єднала на основі дотримання єдиних правил 82 фермерських та переробних господарств, серед яких спеціалізовані на вирощуванні фруктів та овочів, виробники сирів та молочних продуктів, бджолярі та заготовачі лікарських рослин та виробники кулінарних трав. На основі запозичення принципів та правил згаданої мережі в 2010 році було створено комунікаційну компанію Genuino Clandestino, яка сформувала свою стратегію поєднання виробників та переробників органічної продукції. Її суть полягає в безкоштовній переробці сільськогосподарської органічної сировини невеликими переробними підприємствами. Таким чином компанія нівелювала різницю між харчовою промисловістю та дрібними фермерськими господарствами, а відтак стала рушієм та мережею органічного виробництва харчових продуктів в межах всіх регіонів Італії.

Гарантія участі за допомогою спільних бізнес-процесів гарантування якості, відіграє ключову роль для учасників Genuino Clandestino у формуванні адаптаційної політики до їх фактичних потреб шляхом сприяння створення нормативів по переробці харчових продуктів, затверджених місцевими нормативними актами. Для прикладу, в регіоні Емілія-Романья в 2014 році видано Регіональний закон №19 «Стандарти для розвитку та підтримки економіки солідарності», згідно з яким визнається застосування досвіду економіки партнерства та солідарності із застосуванням широкого спектру заходів – «мережа економіки солідарності», «район солідарності економіки», «банк часу», «групи закупівель», «ланцюг постачання органічної продукції» і т.п.

В табл. 1 [18] сформовано комплекс понять, які дозволяють на практиці сформувати суть спільних бізнес-процесів по контролю якості в регіоні Емілія-Романья за методом дії мережі CampiAperti.

Отже, моделі закупівель екологічних та якісних продуктів дійсно досить часто пов'язані з альтернативними стратегіями розподілу, які використовуються виробниками з метою обмежити вплив посередників. Така концепція формує революційний підхід в звичках харчування, де фермери, переробники та споживачі відіграють роль ключових факторів. До того ж, основна сертифікація на підтвердження органічності за допомогою третіх осіб менш доступна для дрібних виробників та не так цікавить споживачів з низькими доходами. В цьому контексті стороння сертифікація передбачає перенос атрибуту довіри від виробника до організації з правами сертифікації [19], а тому впровадження PGS може сприяти зменшенню

рівня недовіри споживачів шляхом залучення інформації, обміну знаннями, а також активізації участі зацікавлених сторін подібних мереж.

Таблиця 1

**Комплекс понять виконання Регіонального закону
«Стандарти для розвитку та підтримки економіки солідарності» в регіоні Емілія-Романья (Італія)**

Концепція, розділ (параграф)	Визначення
Близьке селянське господарство, 3f	Заходи, що здійснюються дрібними сільгоспвиробниками з диверсифікацією виробництва, з врахуванням факторів впливу на природу, навколишнє середовище та здоров'я людини
Загальні товари, 3h	Матеріальні та нематеріальні активи, для яких суспільство зобов'язане гарантувати право доступу та зручність використання; вони захищені та керуються за допомогою системи соціальних відносин, заснованих на співпраці та участі
Партнерська гарантія локальної системи, 3i	Системи та протоколи, що забезпечують екологічну та соціальну стійкість виробництва, повагу до природи, землі та її традицій, прав працюючих. Вони розроблені та керуються за активної участі виробників, споживачів та інших зацікавлених сторін і засновані на довірі, солідарних мережах та обміні знаннями

Висновки і перспективи подальших досліджень. Україна має сприятливі природнокліматичні умови та значний потенціал для нарощування обсягів виробництва в органічному сільському господарстві. На жаль, український ринок сертифікованих органічних продуктів знаходиться в зародковому стані, а його розвиток напряму пов'язаний із формуванням культури споживання продуктів харчування та покращенням добробуту громадян, що формує обмеження нарощування обсягів виробництва подібної продукції. На даний час, основні споживачі українського органічного сектору знаходяться за кордоном, в основному це ринок країн ЄС, який стрімко розвивається як за обсягами споживання, так і за підходами до його формування на основі дотримання принципів здоров'я, екології та справедливості.

Для успішного експорту органічної продукції з України необхідне налагодження стабільних відносини у бізнесі, надійність, постійна наявність потрібного обсягу готової продукції, належна якість товару. Проведений аналіз стану правового поля щодо сертифікації продукції органічного агровиробництва надає підстави стверджувати, що в Україні недостатньо використовується спектр міжнародних та приватних стандартів для оцінки якості цієї продукції.

На сьогодні імідж України є, швидше за все, нейтрально-негативним. Для подолання такої ситуації потрібно зосередити увагу на вирішенні проблеми налагодження прямих зв'язків зі споживачами, без участі посередників із забезпеченням належної якості та сертифікації продукції. Досвід країн Європи вказує на можливість розвитку альтернативних систем підтвердження якості органічної продукції (ICS), які базуються на формуванні солідарних партнерських мереж постачання та переробки продукції.

В подальших наукових дослідженнях, вкрай необхідним є аналіз впровадження національної системи контролю й сертифікації органічного агровиробництва з метою утвердження ефективної моделі інституціонального забезпечення та переходу частини вітчизняних агропідприємств на органічне виробництво з обґрунтуванням рівня їх беззбитковості в умовах конкуренції.

Література

1. Андрушків Б.М. Земля як стратегічний продукт, об'єкт оренди та можливий еквівалент обміну в умовах застосування інноваційно-логістичних підходів може посилити економічні позиції України в ЄС / Б.М. Андрушків, Н.Б. Кирич, О.Б. Погайдак, Л.М. Мельник, Г.М. Тарасюк // Вісник ЖДТУ. – 2013. – № 4 (66). – С. 132–144.
2. Van Loo E. Effect of organic poultry purchase frequency on consumer attitudes toward organic poultry meat / E. Van Loo, V. Caputo, R. M. Nayga, J.F. Meullenet // Food Science. – 2010. – № 75. – P. 384–397.
3. Huber B. Standards and Regulations. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends / B. Huber, O. Schmid, C. Mannigel // FiBL-IFOAM Report. – 2017. – P. 126–133.
4. The World of Organic Agriculture [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2016.html>
5. Van Loo E. Consumers' willingness to pay for organic chicken breast: Evidence from choice experiment / E. Van Loo, V. Caputo, R. M. Nayga, J.F. Meullenet // Food Qual Prefer. – 2011. – № 22. – P. 603–613.
6. Zander K. Consumer preferences for additional ethical attributes of organic food / K. Zander, U. Hamm // Food Qual. Prefer. – 2010. – № 21. – P. 495–503.
7. Janssen M. The mandatory EU logo for organic food: consumer perceptions / M. Janssen, U. Hamm // Brit Food Journal. – 2012. – № 114. – P. 335–352.
8. Eden S. The sceptical consumer? Exploring views about food assurance / S. Eden, C. Bear, G. Walker // Food Policy. – 2008. – № 33. – P. 624–630.
9. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції [Електронний ресурс] : закон України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19>
10. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини : закон України // Відомості Верховної Ради. – 2014. – № 20-21
11. Renting H. Understanding Alternative Food Networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development / H. Renting, T.K. Marsden, J. Banks // Environ Plan A. – 2003. – № 35. – P. 393–411.
12. Courville S. Organic standards and certification / S. Courville // Organic Agriculture. A Global Perspective ; P. Kristiansen, Taji A., Reganold J. – Comstock : Publishing Associates, 2006. – P. 201–219.

13. Small holder group certification for organic production and processing [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.ifoam.bio/sites/default/files/position_group_certification.pdf
14. Nelson E. Participatory organic certification in Mexico: an alternative approach to maintaining the integrity of the organic label / Nelson E., Tovar L.G., Rindermann R.S., Cruz MÁG // *Agr Hum Values*. – 2010. – № 27. – P. 227–237.
15. Sacchi G. L'evoluzione dei Participatory Guarantee Systems per l'agricoltura biologica: esperienze mondiali a confronto / G. Sacchi // *Economia // Agro-Alimentare*. – 2015. – № 17. – P. 77–92.
16. Castro F. Overview of Participatory Guarantee Systems in 2011. *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends* : FiBL-IFOAM Report / F. Castro. – 2013. – P. 159–162.
17. Офіційний сайт партнерської мережі гарантування якості Campiaperti [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.campiaperti.org/>
18. 15 good reasons to invest in Emilia-Romagna [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.investinemiliaromagna.eu/en/invest/start/15_good_reasons_to_invest_in_Emil-Romagna.pdf
19. Jassen M. Consumer perception of different organic certification schemes in ve European countries / M. Jassen, U. Hamm // *Organic Agriculture*. – 2011. – № 1. – P. 31–43.

References

1. Andrushkiv B.M. Zemlia yak stratehichniy produkt, ob'ekt orendy ta mozhlyvyi ekvivalent obminu v umovakh zastosuvannya innovatsiino-lohistychnykh pidkhodiv mozhe posylyty ekonomichni pozytsii Ukrainy v YeS / B.M. Andrushkiv, N.B. Kyrych, O.B. Pohaidak, L.M. Melnyk, H.M. Tarasiuk // *Visnyk ZhDTU*. – 2013. – № 4 (66). – S. 132–144.
2. Van Loo E. Effect of organic poultry purchase frequency on consumer attitudes toward organic poultry meat / E. Van Loo, V. Caputo, R. M. Nayga, J.F. Meullenet // *Food Science*. – 2010. – № 75. – R. 384–397.
3. Huber B. Standards and Regulations. *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends* / B. Huber, O. Schmid, C. Mannigel // *FiBL-IFOAM Report*. – 2017. – R. 126–133.
4. The World of Organic Agriculture [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2016.html>
5. Van Loo E. Consumers willingness to pay for organic chicken breast: Evidence from choice experiment / E. Van Loo, V. Caputo, R. M. Nayga, J.F. Meullenet // *Food Qual Prefer*. – 2011. – № 22. – P. 603–613.
6. Zander K. Consumer preferences for additional ethical attributes of organic food / K. Zander, U. Hamm // *Food Qual. Prefer*. – 2010. – № 21. – P. 495–503.
7. Janssen M. The mandatory EU logo for organic food: consumer perceptions / M. Janssen, U. Hamm // *Brit Food Juornal*. – 2012. – № 114. – P. 335–352.
8. Eden S. The sceptical consumer? Exploring views about food assurance / S. Eden, C. Bear, G. Walker // *Food Policy*. – 2008. – № 33. – R. 624–630.
9. Pro osnovni pryntsyipy ta vymohy do orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannya orhanichnoi produktsii [Elektronnyi resurs] : zakon Ukrainy. – Rezhym dostupu : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19>
10. Pro vyrobnytstvo ta obih orhanichnoi silskohospodarskoi produktsii ta syrovyny : zakon Ukrainy // *Vidomosti Verkhovnoi Rady*. – 2014. – № 20-21
11. Renting H. Understanding Alternative Food Networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development / H. Renting, T.K. Marsden, J. Banks // *Environ Plan A*. – 2003. – № 35. – R. 393–411.
12. Courville S. Organic standards and certification / S. Courville // *Organic Agriculture. A Global Perspective* ; P. Kristiansen, Taji A., Reganold J. – Comstock : Publishing Associates, 2006. – P. 201–219.
13. Small holder group certification for organic production and processing [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://www.ifoam.bio/sites/default/files/position_group_certification.pdf
14. Nelson E. Participatory organic certification in Mexico: an alternative approach to maintaining the integrity of the organic label / Nelson E., Tovar L.G., Rindermann R.S., Cruz MÁG // *Agr Hum Values*. – 2010. – № 27. – P. 227–237.
15. Sacchi G. L'evoluzione dei Participatory Guarantee Systems per l'agricoltura biologica: esperienze mondiali a confronto / G. Sacchi // *Economia // Agro-Alimentare*. – 2015. – № 17. – P. 77–92.
16. Castro F. Overview of Participatory Guarantee Systems in 2011. *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends* : FiBL-IFOAM Report / F. Castro. – 2013. – P. 159–162.
17. Ofitsiyniy sait partnerskoi merezhi harantuvannya yakosti Sampiaperti [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.campiaperti.org/>
18. 15 good reasons to invest in Emilia-Romagna [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.investinemiliaromagna.eu/en/invest/start/15_good_reasons_to_invest_in_Emil-Romagna.pdf
19. Jassen M. Consumer perception of different organic certification schemes in ve European countries / M. Jassen, U. Hamm // *Organic Agriculture*. – 2011. – № 1. – P. 31–43.

Рецензія/Peerreview : 11.11.2018 Надрукована/Printed : 05.12.2018
Рецензент: д. е. н., проф. Стадник В. В.