

УДК 330.3

Богдан Юрійович КИШАКЕВИЧ, д.е.н., професор,
професор кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
НУ «Львівська політехніка»

Львів, Україна

Роман Васильович КОСТЕЦЬКИЙ,
аспірант,
НУ «Львівська політехніка»
Львів, Україна

РОЛЬ СЕРТИФІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНСЬКОЇ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Сертифікація органічної продукції є ключовим чинником успішного виходу українських виробників на міжнародні ринки. В умовах глобалізації та посилення вимог до якості продукції, відповідність міжнародним стандартам є не просто бажаною, а обов'язковою умовою для експорту. В Україні наявна система органічної сертифікації, яка базується на законі «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції». Однак, щоб вийти на ринки Європейського Союзу, США, Канади чи Японії, українські виробники повинні отримати відповідні сертифікати, що визнаються у цих країнах. Найпоширенішими серед них є сертифікати за стандартами ЄС (EU Organic), USDA Organic (США), JAS (Японія) тощо. Сертифікація підтверджує, що продукція вирощена без синтетичних добрив, пестицидів, ГМО та з дотриманням екологічних вимог.

Процес сертифікації є багатоступеневим, включає інспекції, перевірки документації, лабораторні аналізи та моніторинг господарської діяльності. Наявність сертифікату відкриває можливість доступу до преміальних сегментів ринку, де споживачі готові платити вищу ціну за якісний і безпечний продукт. Більшість імпортерів органічної продукції вимагає обов'язкового сертифіката як доказу відповідності. Таким чином, сертифікація є не лише механізмом контролю якості, але й стратегічним інструментом формування позитивного іміджу країни-експортера. Наявність великої кількості сертифікованих виробників підвищує довіру іноземних партнерів до українського ринку. Крім того, сертифікація дозволяє формувати більш сталі та довготривалі контракти на експорт.

Проте існують і проблеми. Процес сертифікації є дорогим та часто недоступним для малих фермерів. Вартість послуг сертифікаційних органів може перевищувати економічні можливості дрібних виробників. Також у регіонах спостерігається нестача кваліфікованих консультантів, які б супроводжували фермерів у процесі підготовки до сертифікації. Ще однією проблемою є недостатній рівень обізнаності фермерів щодо процедур, вимог та переваг сертифікації. Відсутність підтримки на місцевому рівні призводить до зниження мотивації до участі у програмі органічного виробництва. Державна політика потребує посилення інформаційної та фінансової підтримки виробників у сфері сертифікації.

У цьому контексті важливо активізувати роль державних та недержавних інституцій, які б забезпечували субсидії, гранти або пільгове кредитування на сертифікацію. Зокрема, ефективним інструментом є співпраця з міжнародними проектами, які допомагають українським аграріям пройти сертифікацію безкоштовно або з мінімальними витратами.

Варто також заохочувати створення кооперативів, які могли б колективно проходити сертифікацію, тим самим зменшуючи витрати на одну господарську одиницю. Така модель вже демонструє позитивні результати у західних регіонах України. Поряд з цим важливо забезпечити прозорість діяльності сертифікаційних органів і контроль за якістю їхніх послуг. Не менш важливою є міжнародна співпраця у сфері визнання сертифікатів. Гармонізація українського законодавства з вимогами ЄС та інших країн дозволяє спростити вихід українських виробників на зовнішні ринки. Діяльність таких організацій, як Organic Standard та інші, сприяє формуванню довіри до української продукції за кордоном.

Успішні приклади експорту органічної продукції – наприклад, українського зерна, ягід, меду – свідчать про реальні можливості для виробників, які сертифікували свою продукцію. Попит на органіку у світі зростає, і саме сертифікація стає «вхідним квитком» до цього сегмента. Високі темпи зростання органічного ринку ЄС створюють унікальне вікно можливостей для України. Українські виробники проходять сертифікацію за міжнародними стандартами, такими як EU Organic, USDA Organic (США), Bio Suisse (Швейцарія), що дозволяє їм експортувати продукцію до понад 40 країн світу.

Крім міжнародного визнання, сертифікація сприяє внутрішньому розвитку органічного сектору, формуючи культуру якості серед виробників. Наявність сертифікату стимулює впровадження екологічно безпечних технологій у сільському господарстві. Це, у свою чергу, позитивно впливає на родючість ґрунтів, збереження біорізноманіття та водних ресурсів. Сертифіковані виробники мають більший доступ до міжнародних грантових програм і підтримки з боку донорських організацій. Участь у міжнародних виставках і форумах також часто передбачає наявність відповідних сертифікатів як умову для презентації продукції. Окрім цього, сертифікація полегшує укладання контрактів з транснаціональними компаніями та роздрібними мережами. Великі торговельні платформи, такі як Amazon чи Carrefour, вимагають підтвердження органічного статусу товару. Розвиток електронної торгівлі відкриває нові можливості для експорту, але сертифікація залишається обов'язковою умовою участі в цих каналах збуту. Зростання попиту на екологічну продукцію у світі створює умови для формування сталого іміджу України як постачальника безпечної та якісної продукції. Отже, сертифікація – це інструмент не лише ринкової адаптації, а й стратегічного позиціонування країни в глобальній продовольчій системі.

Підсумовуючи, можна сказати, що сертифікація органічної продукції є не лише технічним або бюрократичним кроком, а ключовим чинником успішної експортної стратегії. Вона формує довіру, забезпечує прозорість і відкриває нові ринки. Інвестування в сертифікацію — це інвестування в майбутнє українського аграрного експорту.

Література

1. Кишакевич Б. Ю., Котик Я. І., Костецький Р. В. Податкові пільги для експортерів агропродукції: міжнародний досвід та можливості для України [Електронний ресурс] // *Економіка та суспільство*. – 2024. – Вип. 67.
2. Кишакевич Б. Ю., Демедюк Б. Т. Сучасні методи зниження ризиків експортно-імпортних операцій МСП в країнах ЄС. *Академічні візії*. 2024. (29). <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/953>
3. Кишакевич Б. Ю., Демедюк Б.Т., Савка О.В. Порівняння стратегій виходу малого та середнього бізнесу країн єс на ринки США та Китаю. *Інвестиції: Практика та досвід*. 10. 2024. <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3704/3739>