

УДК 346.544.44:631.147

DOI: 10.12345/22266070_2021_3_7

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ МАРКИРОВКИ ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Шакель Т.П. – заведующий сектором экономических исследований РУП «Институт мясо-молочной промышленности», г. Минск, Республика Беларусь.

Маркировка органической продукции является неотъемлемым элементом комплексной системы регулирования рынка продукции органического сельского хозяйства. Система маркировки должна обеспечивать гарантии того, что продукты, маркированные как «органические», произведены в соответствии с установленными требованиями, а также защиту потребителей от ложной информации о происхождении продукта. Для стран, где рынок органической продукции находится на начальном этапе своего формирования и развития, это в том числе страны ЕАЭС, изучение зарубежного опыта маркировки органической продукции представляет интерес с точки зрения возможности адаптации лучших практик. В настоящее время наиболее развитые системы регулирования рынка органической продукции имеются в странах Европейского союза, США, Японии, Канаде, Китае. Эти страны характеризуются высоким уровнем информированности населения об органической продукции, а также высокой степенью доверия потребителей к органической маркировке. В статье представлены результаты обширных исследований зарубежного опыта маркировки органической продукции и законодательства в сфере органического сельскохозяйственного производства по регулированию маркировки органических продуктов на примере стран Европейского союза, США, Канады, Японии, Китая.

Ключевые слова: органическая продукция, маркировка, знак органической продукции, зарубежный опыт.

FOREIGN EXPERIENCE IN LABELING ORGANIC PRODUCTS

Shakel T.P. – Head of Economic Research Department of the Institute for Meat and Dairy Industry, Minsk, Republic of Belarus.

The labeling of organic products is an integral part of a comprehensive system for regulating the market for organic products. The labeling system should provide assurance that products labeled as “organic” are produced in accordance with established requirements, as well as protect consumers from false information about the origin of the product. For countries where the market for organic products is at the initial stage of its formation and development, including the EAEU countries, the study of foreign experience in labeling organic products is of interest from the point of view of the possibility of adapting the best practices. Currently, the most developed systems for regulating the market for organic products are in the countries of the European Union, the USA, Japan, Canada, and China. These countries are characterized by a high level of public awareness of organic products, as well as a high degree of consumer confidence in organic labeling. The article presents the results of studies of foreign experience in the labeling of organic products on the example of the countries of the European Union, the USA, Canada, Japan, China.

Key words: organic products, labeling, organic product label, foreign experience.

ОРГАНИКАЛЫҚ ӨНІМДЕРДІ БЕЛГІЛЕУДІҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Шакел Т.П. – «Ет және сүт өнеркәсібі институты» ШЖҚ Экономикалық зерттеулер секторының меңгерушісі, Минск, Беларусь Республикасы.

Органикалық өнімдерді таңбалау органикалық өнімдер нарығын реттеудің кешенді жүйесінің ажырамас бөлігі болып табылады. Таңбалау жүйесі «органикалық» деп белгіленген өнімдердің белгіленген талаптарға сәйкес өндірілетініне кепілдік беруі керек, сонымен қатар тұтынушыларды өнімнің шығу тегі туралы жалған ақпараттан қорғауы керек. Органикалық өнімдер нарығы өзінің қалыптасуы мен дамуының бастапқы сатысында тұрған елдер үшін, оның ішінде ЕАЭО елдері үшін органикалық өнімдерді таңбалау бойынша шетелдік тәжірибені зерттеу озық тәжірибені бейімдеу мүмкіндігі тұрғысынан қызығушылық тудырады. Қазіргі уақытта органикалық өнімдер нарығын реттеудің ең дамыған жүйесі Еуропалық Одақ елдерінде, АҚШ-та, Жапонияда, Канадада және Қытайда. Бұл елдер органикалық өнімдер туралы халықтың хабардар болуының жоғары деңгейімен, сонымен қатар тұтынушылардың органикалық таңбалауға сенімділігінің жоғары деңгейімен сипатталады. Мақалада Еуропалық Одақ, АҚШ, Канада, Жапония, Қытай елдерінің мысалында органикалық өнімдерді таңбалау бойынша шетелдік тәжірибені зерттеу нәтижелері берілген.

Түйінді сөздер: органикалық өнімдер, таңбалау, органикалық өнім белгісі, шетелдік тәжірибе.

Введение. В настоящее время одной из наиболее распространенных целей законодательства в сфере органического сельскохозяйственного производства в ряде стран является регулирование маркировки органических продуктов. Формирование системы маркировки выступает неотъемлемым элементом функционирования рынка органической продукции. Регулирование обращения на рынке органической продукции осуществляется установлением требований к маркировке с целью обеспечения гарантий того, что продукты, промаркированные как органические, были произведены в соответствии с установленными требованиями, и, соответственно, с целью защиты потребителей от введения их в заблуждение об органическом происхождении продукта [1, с.237]. Особый интерес представляет опыт США, Европейского союза, Канады, Японии, Китая как стран с наиболее развитыми системами регулирования рынка органической продукции.

В связи с этим, **целью** исследований являлось изучение опыта системы регулирования маркировки органической продукции на рынке зарубежных стран.

Задачей исследований был анализ законодательства в сфере органического сельскохозяйственного производства на примере стран Европейского союза, США, Канады, Японии, Китая.

Материалы и методы исследований. Объектом исследования служили нормативные документы и законодательные акты, инструкции и положения стран по регулированию маркировки органических продуктов и формирование системы маркировки рынка органической продукции, соответствия требований к маркировке с целью обеспечения гарантий того, что продукты, промаркированные как органические. Исследования проведены методом анализа нормативной документации. Материал систематизирован, проведен анализ маркировки органической продукции и механизма оценки и контроля соответствия продукции данным маркировки.

Результаты исследований. В результате анализа нормативной документации и законов стран дальнего зарубежья, отмечено, что вопросу маркировки органической продукции с целью обеспечения гарантии потребителю достоверности сведений о производстве предлагаемых товаров животного происхождения в соответствии с установленными требованиями и реального происхождения потребляемой продукции.

Так, система маркировки органической продукции в **США**, согласно Национальной органической программе, основана на процентном содержании органических ингредиентов в продукте и выделяет 4 категории органической продукции:

1. Категория 1 – 100 % органический (100 % Organic). Продукты, произведенные с использованием исключительно органических методов, содержащие только органические ингредиенты, могут иметь этикетку с надписью «100 % органический» и могут использовать органический знак USDA (рисунок 1).



Рисунок 1 – Знак органической продукции в США

Сырые или переработанные продукты, маркированные как «100 % органические», должны соответствовать следующим критериям:

- все ингредиенты должны быть сертифицированы как органические;
- любые используемые технологические вспомогательные средства должны быть органическими;
- на этикетке продукта должно быть указано название сертифицирующего органа, кроме того можно использовать его знак или логотип;
- в составе продукта должно быть указано, что ингредиент органический (например, органический укроп).

Чаще всего именно сырые, необработанные сельскохозяйственные продукты обозначаются как «100 % органические». Также многие сельскохозяйственные продукты с добавленной стоимостью, которые не имеют дополнительных ингредиентов, такие как зерновая мука, овсяные хлопья и т.д., могут маркироваться как «100 % органические».

2. Категория 2 – Органический (Organic). Сырой или переработанный продукт, маркированный как «органический», должен содержать не менее 95 % органических ингредиентов. Оставшиеся 5 % состава могут включать неорганические ингредиенты, которые не доступны в органической форме, или ингредиенты несельскохозяйственного происхождения или неорганические ингредиенты

сельскохозяйственного происхождения, используемые в соответствии с Национальным списком разрешенных и запрещенных веществ Национальной органической программы США (Национальный список). На этикетке продукта должно быть указано название сертифицирующего органа (может быть также использован его знак или логотип). Допускается также указать процентное содержание в продукте органических ингредиентов. В составе продукта необходимо перечислить органические ингредиенты. Продукты, соответствующие указанным критериям, могут маркироваться надписью «органический» и органическим знаком USDA.

3. Категория 3 – Произведено из органических (указанных ингредиентов или групп(ы) продуктов питания) (made with organic (specified ingredients for food group(s)))

Под данную категорию подпадают многие переработанные продукты питания, произведенные с использованием органических ингредиентов. Чтобы выносить на этикетку продукта надпись «произведено из органических ...», 70 % ингредиентов должны быть сертифицированы как органические и идентифицированы как таковые в составе продукта. По отношению к неорганическим ингредиентам установлены также особые требования: они не должны быть генетически модифицированными, не должны подвергаться ионизирующему излучению и должны быть получены без использования осадков сточных вод. Все ингредиенты сельскохозяйственного происхождения должны быть разрешены Национальным списком.

На этикетке продукта необходимо указать название сертифицирующего органа (допускается также использование знака или логотипа сертифицирующего органа). Запрещено использовать фразу «произведено из органических ингредиентов» – необходимо конкретно указать, какие ингредиенты или категории ингредиентов являются органическими, при этом допускается указывать до трех позиций (то есть, например, «произведено из органических молочных продуктов, пшеницы и яблок»). Допускается указать процентное содержание в продукте органических ингредиентов.

Таким образом, при соответствии данной категории органической продукции допускается указывать, что продукт произведен из определенных органических ингредиентов. При этом для маркировки продукта не может быть использован органический знак USDA.

4. Категория 4 – Продукты, содержащие менее 70 % органических ингредиентов.

Если продукт содержит менее 70 % ингредиентов, сертифицированных как органические, то допускается идентифицировать органические ингредиенты в составе продукта и указать процент содержания органических ингредиентов в продукте. Неорганические ингредиенты не обязательно должны соответствовать органическим нормам Министерства сельского хозяйства США. Такие продукты не подлежат обязательной органической сертификации. На этикетку продуктов, подпадающих под данную категорию, не разрешено выносить органический знак USDA, какие-либо другие знаки или логотипы сертифицирующих органов, указывающие на органическую сертификацию продукта, или ингредиента, а также нельзя использовать термин «органический» на лицевой стороне упаковки.

Таким образом, первые три категории являются сертифицированными продуктами в соответствии со стандартами Национальной Органической Программы USDA. Это означает, что сертифицированы не только органические ингредиенты в переработанных продуктах, но также и материально-технические средства, с помощью которых были произведены и переработаны продукты. Однако органический знак USDA может быть вынесен на этикетку только тех продуктов, которые являются органическими на 100 % и 95 % [2, с.1301]. Это регламентируется и правилами «Маркировка органических продуктов» [3], «Органические стандарты» [4]. Для производителей органической продукции органической программы [5].

Согласно законодательству Европейского союза органическим знаком (рисунок 2) могут быть маркированы только те продукты, которые были сертифицированы как органические уполномоченным контрольным органом. Это означает, что выполнены определенные требования в отношении их производства, обработки, транспортировки и хранения. Органическим знаком могут маркироваться продукты, содержащие не менее 95 % органических ингредиентов при условии соблюдения дополнительных требований в отношении оставшихся 5 % ингредиентов. Использование органического знака является обязательным для маркировки всех упакованных пищевых продуктов, произведенных и продаваемых как органические в пределах стран ЕС. Варианты знака для разных стран различаются только языком надписи.



Рисунок 2 – Знак органической продукции в ЕС

Кроме того, знаком органической продукции ЕС может быть маркирована следующая продукция:

- импортированная продукция, если она соответствует требованиям ЕС к импорту органических продуктов;
 - не фасованная органическая продукция;
 - органическая продукция, произведенная в ЕС, реализуемая на рынках третьих стран.
- Логотип не может быть использован в отношении следующих продуктов:
- содержащих менее 95 % органических ингредиентов;
 - предприятий общественного питания;
 - не входящих в сферу применения органических требований, такие как косметика или продукция охоты и рыбной ловли;
 - находящихся в «конверсии» (когда органические методы были только введены, и неорганические вещества все еще могут присутствовать).

Законодательством ЕС предусмотрено использование таких терминов как «биологический», «экологический», а также их производных и уменьшительных форм («био», «эко»). При этом установлен запрет на использование данных обозначений для маркировки или рекламы продукции, которая не соответствует требованиям ЕС по маркировке органических продуктов.

Во многих странах ЕС есть собственные национальные знаки. Кроме государственных стандартов, регулируемых общеевропейскими и национальными законами, существуют частные стандарты и знаки, которые принадлежат негосударственным организациям, разработавшим свою систему сертификации, зачастую более строгую, чем общеевропейская [6].

В **Канаде** требования к органической продукции установлены на федеральном и провинциальном уровнях. Федеральное регулирование применяется по отношению к производителям, которые хотят использовать знак органической продукции Канады (рисунок 3) и/или продавать продукцию за пределами провинции. В отношении органической продукции, производимой и продаваемой в одной и той же провинции, применяются требования, установленные на уровне отдельной провинции.



Рисунок 3 – Знак органической продукции в Канаде

Федеральным законодательством Канады установлены следующие категории органической продукции:

1. Продукты, содержащие не менее 95 % органических ингредиентов, могут быть маркированы как «органические» («organic»), а также знаком органической продукции Канады. Продукты данной категории должны быть сертифицированы в соответствии с требованиями Canada Organic Regime, а название сертифицирующего органа необходимо вынести на упаковку продукта. Термины «органически выращенный», «органически произведенный» и т.п. («organically grown», «organically raised», «organically produced») приравниваются к термину «органический» и могут быть использованы для маркировки продукта данной категории. Допустимо использовать формулировку «х% органических ингредиентов», где х составляет от 95 до 100 %. Тем не менее, предпочтительным является использование термина «органический», поскольку все продукты с содержанием органических ингредиентов от 95 % могут маркироваться данным образом. Использование канадского знака органической продукции на упаковке продуктов, подпадающих под рассматриваемую категорию, является добровольным, поэтому не все продукты, сертифицированные как органические, маркированы органическим знаком Канады, однако в обязательном порядке на упаковке продукта должно быть указано название сертифицирующего органа.

2. Многокомпонентные продукты, содержащие 70-95 % органических ингредиентов, должны быть промаркированы следующим образом: «содержит х% органических ингредиентов». В составе такого продукта органические ингредиенты должны быть идентифицированы как таковые. Не допускается использование органического знака и/или надписи «органический» по отношению к данным продуктам. Вместе с тем продукты данной категории подлежат обязательной органической сертификации, а на упаковке продукта должно быть указано название сертифицирующего органа.

3. Многокомпонентные продукты, в составе которых менее 70 % ингредиентов являются органическими, могут содержать только указание в списке ингредиентов на те, которые являются

органическими. Такие продукты не требуют сертификации, запрещается их маркировать знаком органической продукции и использовать надписи «органический» или «содержит х% органических ингредиентов» по отношению к данным продуктам. Вместе с тем, органические ингредиенты, входящие в состав данного продукта, должны быть сертифицированы как органические.

Канадское законодательство в сфере маркировки органической продукции запрещает использование таких формулировок, как «произведено из органических ...», «сертифицировано как органический», «100 % органический», «полностью органический», «органический в конверсии» и тому подобных [7].

В **Японии** органическими являются продукты, состоящие из органических ингредиентов более чем на 95 %. Такой продукт может быть маркирован как «органический (общее название продукта)» или «(общее название продукта) органический» (рисунок 4). Продукты растительного происхождения, произведенные операторами, находящимися в процессе переориентации, могут маркироваться как органические «в период конверсии» («under conversion period»), если они произведены в условиях органического земледелия по крайней мере предыдущие 12 месяцев [8].



Рисунок 4 – Знак органической продукции в Японии

Система маркировки органической продукции в **Китае** также основана на критерии процентного содержания органических ингредиентов. Так, если содержание органических ингредиентов в продукте равно или превышает 95 % и продукт прошел органическую сертификацию, то на упаковке можно использовать лейбл «органический» («organic») и выносить китайский сертификационный знак органической продукции (рисунок 5).

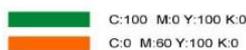


Рисунок 5 – Знак органической продукции в Китае

Стоит отметить, что до 2014 г. в Китае была предусмотрена маркировка продукции, производство которой осуществлялось в процессе конверсии. Также стандартом были определены категории органической продукции с процентным содержанием от 70 до 95 % органических ингредиентов и ингредиентов, производство которых находится в стадии перехода к органическому сельскому хозяйству, что подтверждено глобальной сельскохозяйственной информационной сетью Министерства сельского хозяйства США [9, с.1] и Национальным стандартом Китайской Народной Республики [10].

Органические стандарты Китая удовлетворяют требованиям IFOAM, Codex Alimentarius, органического регламента в ЕС, Национальной органической программе США (NOP), органическим стандартам Японии и поэтому считается, что это одни из наиболее строгих органических стандартов в мире. Органические стандарты Китая охватывают деятельность практически всех основных операторов рынка органической продукции Китая. Помимо органической растениеводческой и животноводческой продукции, стандарты регламентируют также органическую аквакультуру, органическое рыболовство на открытых водных пространствах, а также производство и переработку текстильной продукции. В то же время из-за чрезмерно жестких требований, предъявляемых к качеству органической продукции, часть импортируемых в Китай органических продуктов не имеет органического логотипа (даже учитывая то, что такая продукция может быть маркирована известными зарубежными логотипами).

В этой связи, в Китае следует отметить развитие производства и реализации зеленых продуктов питания (green food) и что особенно важно – достижения в области стандартизации подобного производства. По критерию качества зеленые продукты питания занимают второе после органических продуктов место в структуре потребляемого продовольствия. За ними следуют сельскохозяйственная продукция, безопасная для населения, и обычные продукты питания с минимальными требованиями, предъявляемыми к качеству.

Рынок зеленых продуктов питания в Китае регулируется Министерством сельского хозяйства, под юрисдикцией которого находится Центр развития зеленых продуктов питания (China Green Food Development Center, CGFDC), разработавший свои стандарты, собственную систему сертификации и инспекции, свою маркировку зеленой продукции [11, с.87].

В контексте китайского рынка экологических продуктов питания чрезвычайно важно проводить различие между «органическими продуктами питания» (organic food) и так называемыми «зелеными продуктами питания» (green food), которые в настоящее время приобрели популярность в Китае. «Зеленые продукты» продвигаются как высококачественные, экологически чистые, безопасные и питательные пищевые продукты. Тем не менее, важно подчеркнуть, что зеленые продукты не идентичны сертифицированным органическим продуктам.

Зеленые продукты питания (green food) относятся к категории продуктов, которые произведены безопасным и экологически чистым способом. Существует два стандарта для зеленых продуктов: зеленые продукты класса «А», которые представляют собой продукты переходного уровня между традиционными и органическими продуктами питания, при производстве которых допускается ограниченное использование химических удобрений и пестицидов; и зеленые продукты класса «АА», в процессе производства которых запрещено использование любых химикатов, продукты данного класса эквивалентны органическим. Зеленые продукты обоих классов сертифицируются специальными учреждениями для нанесения соответствующей маркировки (рисунок 6).



Рисунок 6 – Маркировка зеленой продукции (greenfood) в Китае

Принципиальные различия между органическими и зелеными продуктами класса «А» приведены в таблице 1.

Таблица 1. Различия между органическими и зелеными продуктами класса «А»

Органические продукты	Зеленые продукты класса «А»
<p>Не допускается применение вредных химических веществ и пестицидов в течение как минимум двух лет для однолетних культур и трех лет для многолетних растений.</p> <p>Фермы и перерабатывающие заводы подлежат ежегодной инспекции на предмет продления сертификата.</p> <p>Сертификация земель и производственных процессов.</p> <p>Запрет ГМО.</p>	<p>Химические вещества и пестициды могут использоваться в ограниченном количестве для улучшения качества почвы и предотвращения вредителей.</p> <p>Фермы и перерабатывающие заводы подлежат инспекции каждые три года на предмет продления сертификата.</p> <p>Сертификация продукции.</p> <p>ГМО допускается.</p>

Большая часть экологических продуктов питания, продаваемых на внутреннем рынке Китая, соответствует именно стандарту «А». В Китае пищевые продукты под маркировкой «green» более известны, чем под маркировкой «organic».

По сравнению с международными стандартами на органические продукты питания, китайская система сертификации продуктов питания является многоуровневой. Правительство Китая понимает, что большинство продуктов питания в Китае, как в развивающейся стране, не могут соответствовать строгим стандартам органических продуктов питания, поэтому было практичным разработать менее строгие системы сертификации для удовлетворения рыночного спроса. Система сертификации

«Greenfood» позволяет фермерам осуществить постепенный переход от традиционного сельского хозяйства к сертифицированному производству с пониженным использованием химических веществ в соответствии с местными китайскими стандартами [12, с. 64], и далее – к международно признанной системе органических стандартов [13, с. 1].

Заключение. Во многих странах мира система маркировки органической продукции основана на процентном уровне содержания органических ингредиентов в продукте и в большинстве стран органической является продукция, содержащая по крайней мере 95 % органических ингредиентов. В некоторых странах допускается маркировать продукцию, произведенную на стадии конверсии. Особый интерес представляет именно опыт Китая с многоуровневой системой сертификации продуктов питания, которая позволяет осуществить поэтапный переход от традиционных методов ведения сельского хозяйства к сертифицированному производству с пониженным использованием химических веществ (система сертификации «Greenfood»), к международно эквивалентной системе («органический продукт»).

Как правило, система маркировки предусматривает использование пиктограммы (знака/логотипа), нанесение которой на упаковку продукта может быть обязательным или опциональным. В ряде стран, помимо национального знака органической продукции, производители могут использовать другие знаки – частных систем сертификации, региональные и др.

Национальное законодательство стран устанавливает определенную формулировку (органический, 100 % органический и т.д.), разрешенную для маркировки органического продукта, тем самым запрещая практику необоснованного использования других терминов (например, «биологический», «экологический», «эко» и т.п.), которые вводят в заблуждение потребителей. Смешение различных понятий и реализация псевдоорганической продукции может препятствовать развитию рынка органической продукции. В данном случае важным направлением поддержки органического сельского хозяйства является политика против псевдозелёного маркетинга, способствование обязательной органической маркировке, продвижение маркировки и обеспечение защиты от недобросовестного использования органической маркировки.

ЛИТЕРАТУРА:

1. **Морджера, Э. Органическое сельское хозяйство и право** [Текст]: законодательно-правовое исследование ФАО / Э. Морджера, К. Буллон Каро, Г. Марии Дюран. – Рим: ФАО, 2016. – 237 с.
2. **National Organic Program** // Electronic Code of Federal Regulations. – (https://www.ecfr.gov/cgi-bin/retrieveECFR?gp=&SID=834e443fd05d835bb313be8fa74db7fa&mc=true&n=pt7.3.205&r=PART&ty=HTML#se7.3.205_1301).
3. **Organic Labeling** // Agricultural Marketing Service of USDA. – (<https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/organic/labeling>).
4. **Organic Standards** // Agricultural Marketing Service of USDA. – (<https://www.ams.usda.gov/grades-standards/organic-standards>).
5. **The National Organic Program's Online Training** // Agricultural Marketing Service of USDA. – (<https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/OrganicLabelingTrainingModule.pdf>).
6. **The organic logo** // European Commission. – (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance/organic-logo_en).
7. **Directive 10-05: Labelling of organic products under the Canada Organic Regime** // Canadian Food Inspection Agency. – (<http://www.inspection.gc.ca/food/requirements-and-guidance/organic-products/guidance-documents/directive-10-05/eng/1327873462610/1327873537276#a31>).
8. **Organic JAS Standards and Technical Criteria** // Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. – (http://www.maff.go.jp/e/policies/standard/jas/specific/criteria_o.html).
9. **Revised Administrative Measures for Organic Product Certification** // USDA'S Global Agriculture Information Network. – (https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Revised%20Administrative%20Measures%20for%20Organic%20Product%20Certification%20_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_1-7-2014.pdf).
10. **The National Standard of the People's Republic of China** // CCIC. – (<http://www.ccicnl.com/media/website/GBT%2019630.3-2011%20-%20Organic%20Products%20Part%203%20Labeling%20and%20Marketing.pdf>).
11. **Аварский, Н.Д. Маркетинг органической и экологически безопасной аграрной продукции: опыт Китая** [Текст] / Н. Д. Аварский, Ж. Е. Соколова, В. В. Таран // Экономика сельского хозяйства России. – 2017. – № 4. – С. 87–100.
12. **Bekele, A. Analysis of Organic and Green Food Production and Consumption Trends in China** [Text] / A. Bekele, D. Zhou, A. Kidane, A. Haimanot // American Journal of Theoretical and Applied Business. – 2017. – № 3(4). – P. 64–70.

13. **Paull, J. The Greening of China's Food - Green Food, Organic Food, and Eco-labelling** [Text] / J. Paull // Sustainable Consumption and Alternative Agri-Food Systems Conference. – Liege University, Arlon, Belgium, 27 - 30 May 2008. – P. 1–14.

REFERENCES:

1. **Mordzhera, Je. Organicheskoe sel'skoe hozjajstvo i pravo** [Tekst]: zakonodatel'no-pravovoe issledovanie FAO / Je. Mordzhera, K. Bullon Karo, G. Marii Djuran. – Rim: FAO, 2016. – 237 s.
2. **National Organic Program** // Electronic Code of Federal Regulations. – (https://www.ecfr.gov/cgi-bin/retrieveECFR?gp=&SID=834e443fd05d835bb313be8fa74db7fa&mc=true&n=pt7.3.205&r=PART&ty=HTML#se7.3.205_1301).
3. **Organic Labeling** // Agricultural Marketing Service of USDA. – (<https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/organic/labeling>).
4. **Organic Standards** // Agricultural Marketing Service of USDA. – (<https://www.ams.usda.gov/grades-standards/organic-standards>).
5. **The National Organic Program's Online Training** // Agricultural Marketing Service of USDA. – (<https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/OrganicLabelingTrainingModule.pdf>).
6. **The organic logo** // European Commission. – (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance/organic-logo_en).
7. **Directive 10-05: Labelling of organic products under the Canada Organic Regime** // Canadian Food Inspection Agency. – (<http://www.inspection.gc.ca/food/requirements-and-guidance/organic-products/guidance-documents/directive-10-05/eng/1327873462610/1327873537276#a31>).
8. **Organic JAS Standards and Technical Criteria** // Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. – (http://www.maff.go.jp/e/policies/standard/jas/specific/criteria_o.html).
9. **Revised Administrative Measures for Organic Product Certification** // USDA'S Global Agriculture Information Network. – https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Revised%20Administrative%20Measures%20for%20Organic%20Product%20Certification%20_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_1-7-2014.pdf.
10. **The National Standard of the People's Republic of China** // CCIC. – (<http://www.ccicnl.com/media/website/GBT%2019630.3-2011%20-%20Organic%20Products%20Part%203%20Labeling%20and%20Marketing.pdf>).
11. **Avarskij, N.D. Marketing organicheskoi jekologicheskoi bezopasnoj granojprodukcii: opyt Kitaja** [Tekst] / N. D. Avarskij, Zh. E. Sokolova, V. V. Taran // Jekonomikasel'skogohozjajstvaRossii. – 2017. – № 4. – S. 87–100.
12. **Bekele, A. Analysis of Organic and Green Food Production and Consumption Trends in China**[Text] / A. Bekele, D. Zhou, A. Kidane, A. Haimanot // American Journal of Theoretical and Applied Business. – 2017. – № 3(4). – P. 64–70.
13. **Paull, J. The Greening of China's Food - Green Food, Organic Food, and Eco-labelling** [Text] / J. Paull // Sustainable Consumption and Alternative Agri-Food Systems Conference. – Liege University, Arlon, Belgium, 27 - 30 May 2008. – P. 1–14.

Сведения об авторе

Шакель Татьяна Павловна – заведующий сектором экономических исследований РУП «Институт мясо-молочной промышленности», г. Минск, Республика Беларусь, тел. +375295161176, факс +375172359591, e-mail: tatyana-shakel@yandex.ru

Shakel Tatsiana Pavlovna – Head of Economic Research Department of the Institute for Meat and Dairy Industry, Minsk, Republic of Belarus, tel. +375295161176, fax +375172359591, e-mail: tatyana-shakel@yandex.ru

Шакел Татьяна Павловна – «Ет және сүт өнер кәсібі институты» ШЖҚ Экономикалық зерттеулер секторының меңгерушісі, Минск, Беларусь Республикасы, тел. +375295161176, факс +375172359591, e-mail: tatyana-shakel@yandex.ru