



Tom 28/2018, ss. 139-152
ISSN 1644-888X
e-ISSN 2449-7975
DOI: 10.19251/ne/2018.28(10)
www.ne.pwzsplock.pl

Оксана Пенькова

Уманський національний університет садівництва

Віталій Рибчак

Уманський національний університет садівництва

Юрій Цимбалюк

Уманський національний університет садівництва

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN
MARKET OF ORGANIC FOOD PRODUCTS**

Анотація

В статті аналізуються обмеження з боку попиту і пропозиції зростання ринку органічних продуктів харчування в Україні. Визначено, що протягом останніх двадцяти років органічне сільськогосподарське виробництво в Україні динамічно розвивається і є орієнтованим переважно на експорт. Основними перешкодами стрімкому нарощуванню обсягів пропозиції

Summary

The article analyzes the constraints on demand and supply of the organic food market in Ukraine. It is determined that during the last twenty years the organic agricultural production in Ukraine has been developing dynamically and is oriented mainly on exports. The main obstacles to the rapid increase in the supply of the Ukrainian organic agricultural products are high cost of credit resources

українських органічних сільсько-господарських продуктів є висока вартість кредитних ресурсів для переходу на органічне виробництво, неврегульованість законодавчої бази щодо виробництва органічних продуктів та права власності на землю, відсутність дієвих механізмів державної підтримки таких господарств. Стримують зростання внутрішнього попиту на органічні продукти харчування низька купівельна спроможність населення, недовіра споживачів до товаровиробників та брак знань в потенційних покупців про переваги споживання таких продуктів.

Ключові слова: органічне сільсько-господарське виробництво, органічні продукти харчування, ринок органічних продуктів

Вступ

Загальносвітовою тенденцією останніх десятиріч стало посилення уваги до якості життя, однією зі складових якого є здоров'я людини. За твердженнями маркетологів та окремих фахівців регулярне вживання органічних продуктів харчування дозволяє запобігти багатьом хворобам, пов'язаним з використанням в сільському господарстві та харчовій промисловості пестицидів, синтетичних мінеральних добрив, регуляторів росту, штучних харчових добавок, ГМО. Також розвиток органічних методів аграрного виробництва позитивно відбивається на екології територій, де воно відбувається, що також сприяє скороченню рівня захворюваності населення. Зазначені обставини викликали стрімке зростання світового ринку органічних продуктів харчування, проте показники розвитку таких ринків в окремих регіонах і країнах значно варіюються. В кожному конкретному випадку це обумовлено різною силою впливу цінових та нецінових чинників попиту й пропозиції. Метою статті є аналіз обмежень з боку

for the transition to organic production, lack of regulation of the legal framework for the production of organic products and land ownership rights and lack of effective mechanisms for the state support to such farms. Low purchasing power of the population, distrust of consumers to commodity producers and lack of knowledge of potential buyers about the benefits of consumption of such products restrain the growth of domestic demand for organic food.

Keywords: organic agricultural production, organic food products, organic food market.

попиту і пропозиції зростання ринку органічних продуктів харчування в Україні та оцінка перспектив його розвитку.

Результати досліджень

Аналіз тенденцій та перспектив розвитку виробництва і споживання органічної продукції в Україні висвітлено у працях [Грановська, 2017; Шумейко, 2016; Буга і Яненкова, 2014; Мамалига, 2016; Ковальчук і, Забурмеха, 2017]. [Грановська, 2017] вважає, що органічне виробництво є перспективним та пріоритетним для підприємств аграрного сектору, що забезпечує їх конкурентоспроможний розвиток та зростання, а дана форма господарювання дає змогу активізувати залучення молоді на сільські території та інвестиційних ресурсів. [Шумейко, 2016] визначила, що вітчизняна модель сертифікованого органічного сільського господарства формується в двох основних напрямках: перший - підприємницький, представлений великими і середніми господарствами, з орієнтацією на зовнішній і внутрішній агропродовольчі ринки; другий формують фермерські господарства переважно для задоволення потреб внутрішнього ринку. Також науковець наголошує, що органічний сектор з об'єктивних умов розвитку потребує адресної державної підтримки і захисту від великого агробізнесу через механізм політики протекціонізму. [Буга, Яненкова, 2014] дійшли висновку, що обмежує зростання обсягів виробництва сільськогосподарської органічної продукції недостатня державна інституційна підтримка, а основним фактором, що обмежує її споживання є низька обізнаність потенційних покупців про переваги її споживання. [Мамалига, 2016] підкреслює, що для збільшення попиту на органічну продукцію потрібно на внутрішньому ринку більш агресивно впроваджувати ефективну маркетингову політику, стимулювати його розвиток за підтримки держави. [Ковальчук, Забурмеха, 2017] за результатами опитування споживачів визначили, що перешкодами щодо купівлі органічної продукції є: відсутність належної поінформованості споживачів про переваги органічної продукції; недовіра споживачів до виробників; відсутність органічної продукції у традиційних торговельних мережах; відсутність привабливого вигляду продукції; вузький асортимент продукції; відсутність державної популяризації даного виду продукції; вищі ціни на органічну продукцію.

Погоджуючись з висновками українських науковців варто відзначити, що в їх дослідженнях не аналізується такий важливий компонент по-

питу, як рівень доходів споживачів. Зазначена проблематика знайшла відображення в дослідженнях закордонних науковців. Проте їх результати є суперечливими. Так, [Curl C. L. та ін., 2013] дійшли висновку щодо незначної залежності між доходами та споживанням органіки, при цьому зазначаючи, що люди з найбільшими статками більш схильні до споживання органічних продуктів. [Govindasamy, Italia, 1999] відзначили порівняно велику кількість досліджень, які виявили зворотний зв'язок між доходом і повоюваннями щодо безпеки продуктів харчування. З іншого боку [Van Ravenswaay, Hoehn, 1991] визначили позитивну кореляцію між доходом і готовністю платити за зменшення ризику харчових продуктів, а [Underhill, Figueroa, 1996] дійшли висновку, що споживачі з вищими доходами більше готові платити вищу ціну за органічну їжу. Дослідники університету Джонсона та Уельсу (JWU) [Regine, 2011] дійшли висновку, що високоосвічені молоді люди з високим рівнем доходу надають перевагу органічним продуктам, порівняно з неорганічними. Подібний висновок і у британських науковців [Padel, Foster, 2005]: «регулярні споживачі органічної їжі, як правило, мають вищу освіту, заможні і відносяться до вищих соціальних класів». Також дослідження [Lockie, Lyons, Lawrence, 2006; Smith., 2010] показують, що на певному рівні статків (наприклад, у Сполучених Штатах це дохід 35-55 тис. дол. США на рік), дохід втрачає свою важливість як фактор, що визначає попит на органічному ринку продуктів харчування і споживачі готові нести додаткові витрати, пов'язані з вищою ціною на органічні продукти в обмін на користь для здоров'я. Огляд досліджень закордонних науковців дозволяє зробити висновок, що низький рівень доходу населення України може також стати обмежуючим фактором зростання обсягу внутрішнього попиту на органічну продукцію.

Протягом останніх років органічне сільськогосподарське виробництво в Україні динамічно розвивається. За період 2002-2016 рр. площа сільськогосподарських угідь зросла в 2,3 рази, а кількість сільськогосподарських виробників органічної продукції збільшилася в 9,5 разів (рис. 1). Але про можливості ще більшого нарощування пропозиції в даному секторі свідчать показники сусідніх країн. Наприклад, в сусідній Польщі органічними методами в 2016 році оброблялося 536579 га угідь, або 3,7% земель сільськогосподарського призначення, проти 0,9% в Україні, а кількість виробників сільськогосподарської органічної продукції становила 22435. Відмінності щодо кількості виробників обумовлені, на-

самперед, домінуванням великих та середніх за розмірами господарств в Україні.

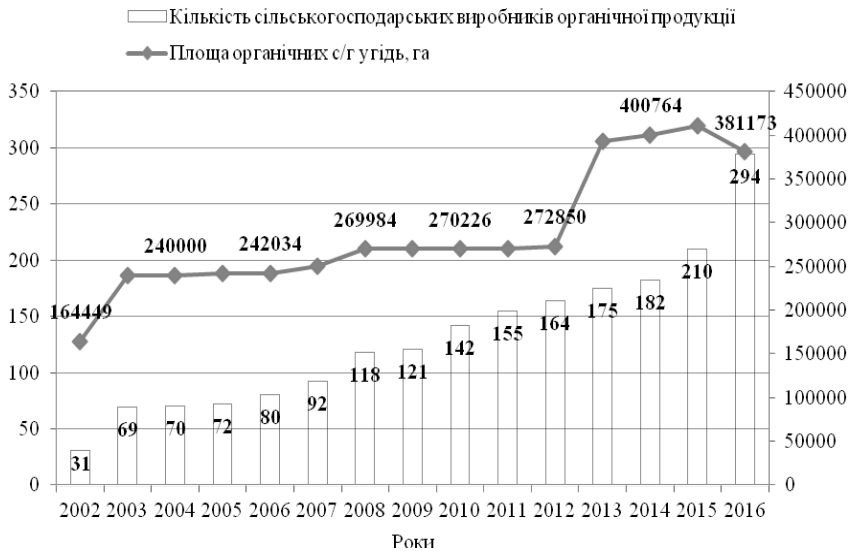


Рис. 1. Площа органічних сільськогосподарських угідь та кількість органічних господарств в Україні

Джерело: побудовано авторами за даними [www 10]

Основними органічними культурами, що вирощуються в Україні є зернові, олійні, бобові (рис. 2). Крім них вирощуються фрукти, овочі, зелень, виноград, баштані культури, ягоди, гриби, горіхи. Виробляються органічні м'яси та молокопродукти, хлібобулочні вироби, борошно, крупи, рослинні олії, соки, джеми, чаї, сиропи, мед тощо. Така структура вирощування основних сільськогосподарських культур обумовлена переважно експортною орієнтацією товаровиробників. Понад 80% виробленої органічної сільськогосподарської продукції експортується, переважно в країни Західної Європи. У 2016 році найбільші обсяги органічного експорту було досягнуто за рахунок сільськогосподарської сировини, включаючи пшеницю, спельту, кукурудзу, просо, ячмінь, овес, жито, сою, люпин, льон, соняшник, ріпак, а також деяких нішевих продуктів, таких як гірчиця, чорниця і волоські горіхи.

За даними органу сертифікації «Органік Стандарт», головними 11 країнами-імпортерами (за обсягом) української органічної продукції операторів, сертифікованих усіма органами сертифікації, є Нідерланди, Німеччина, Великобританія, Італія, Австрія, Польща, Швейцарія, Бель-

гія, Чехія, Болгарія та Угорщина. Українські виробники також експортують до США, Канади, Австралії та деяких країн Азії [www 6].

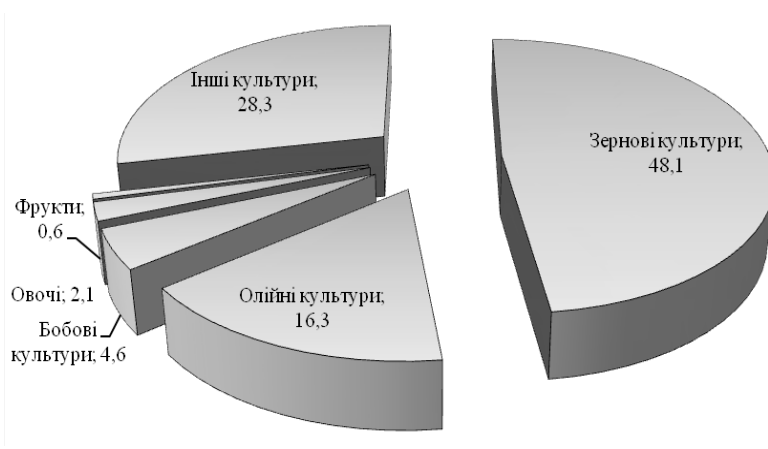


Рис.2. Структура вирощування основних сільськогосподарських культур на сертифікованих органічних угіддях в Україні, 2016 р.

Джерело: побудовано авторами за даними [www 6]

Експортна орієнтація українських виробників органіки обумовлена значно більшою ціною премією, ніж на внутрішньому ринку. «На міжнародних ринках тонна органічної пшениці коштує 260-280 євро, тоді як на внутрішньому ринку 150 євро» - заявив виконавчий директор Федерації органічного руху України Андрій Коняшин [www 4].

Варто очікувати і подальше нарощування обсягів пропозиції української сільськогосподарської продукції на експорт, оскільки в країнах Європейського союзу ніша органічної сировини ще повністю не заповнена. Але низка обставин стримує значне нарощування обсягів виробництва органіки та різноманіття продуктів. Це, передусім, висока вартість кредитних ресурсів для переходу на органічне виробництво (понад 20% річних); неврегульованість питань щодо права власності на землю (орендодавці можуть розірвати угоду і фермер може втратити землю (після 3-річного інвестиційного періоду конверсії), оскільки звичайні інтенсивні виробники платять більше за оренду землі); відсутність дієвих механізмів державної підтримки таких господарств; неврегульованість законодавчої бази щодо виробництва органічних продуктів; низька платоспроможність внутрішнього попиту. Варто відзначити, що частину цих проблем вже почали розв'язувати.

Так, першим кроком на шляху до становлення правового механізму регулювання органічного виробництва в Україні стало прийняття Верховною Радою України від 3 вересня 2013 року Закону України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини», який вступив в силу з 1 січня 2014 року [www 11]. Однак закон містить посилання на численні підзаконні нормативні акти, які повинні деталізувати положення закону і в майбутньому повинні бути прийнятими Кабінетом Міністрів України, Міністерством аграрної політики та продовольства України. Але з них була прийнята лише третина від передбачених законом. Отже, внутрішній ринок розвивається в умовах абсолютної недовіди чинного законодавства у сфері органіки. Як наслідок – жоден український виробник не сертифікований за українським законодавством. 100% органічного ринку сертифіковано за іноземними стандартами, а відтак Держпродспоживслужба не може проконтролювати відповідність продукції. Через це товари на полицях українських магазинів часто стають об'єктом фальсифікації. Враховуючи недовіду прийнятого законодавства, Кабінет міністрів України підтримав проект закону «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [www 7], який ще перебуває на стадії розгляду.

Що стосується фінансової підтримки виробників, то бюджети багатьох областей заклали на 2018 рік кілька мільйонів гривень на часткову компенсацію вартості органічної сертифікації, в деяких регіонах компенсують 20% вартості органічної продукції для дошкільних установ. В комерційних банках на конкурсних засадах можна отримати і пільгові кредити під виробництво органіки. Але частка таких кредитів залишається мізерною, порівняно з країнами ЄС.

Перспективи ж зняття мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення в Україні залишаються невизначеними. З одного боку зняти мораторій наполегливо радять МВФ та Світовий банк, а також підтримують власники великих українських агрохолдингів, з іншого боку значна частина політикуму, невеликих фермерів та населення категорично проти.

Поступово в Україні розвивається і внутрішній ринок органічної продукції: від близько 400 тис.євро в 2006 році до 21 млн.євро в 2016 році. Цьому сприяло розширення товарного асортименту органічних продуктів та розширення збутової мережі.

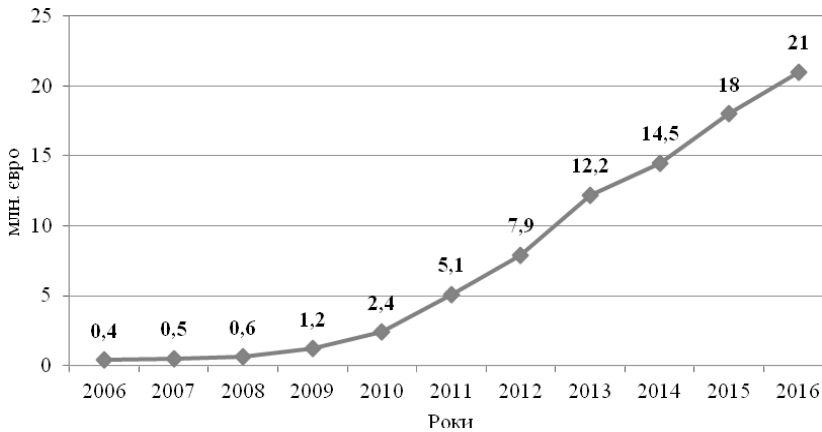


Рис. 3. Споживання органічної продукції в Україні, млн. євро

Джерело: побудовано авторами за даними [www 10]

Піонером українського органічного ринку стала у 2007 році органічна гречка. В 2008-му вже працювало 14 органічних магазинів, які реалізували 2 000 одиниць одного виду продукції, в 2009-му – 36 магазинів продали 12 тис одиниць трьох видів харчів, у 2010-му – 84 магазини запропонували 90 тис. одиниць шести видів продуктів, у 2014 році – 2 000 магазинів розмістили на своїх полицях понад 600 тисяч одиниць 21 виду продукції. Загалом частка органічних продуктів на ринку України становить не більше 0,1% [www 5]. А споживчі витрати на одного українця в середньому за 2016 рік становили 0,5 євро (рис. 4). Для порівняння: у сусідній Польщі вони склали близько 4 євро на особу, що перевищує відповідний показник України у 8 разів.

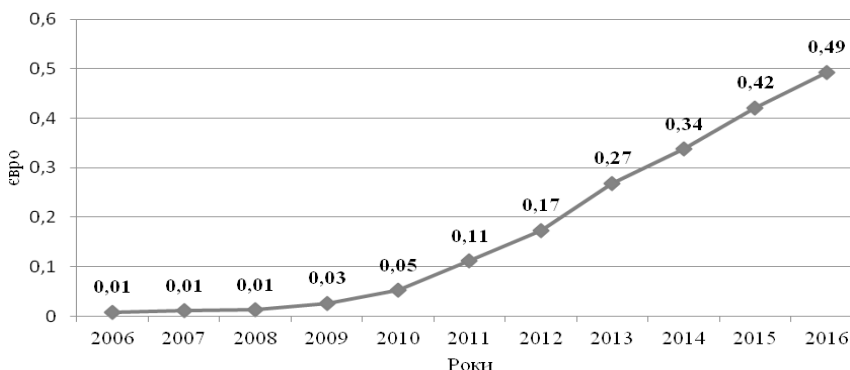


Рис.4 Споживання органічної продукції на одну особу в Україні, євро

Джерело: розраховано та побудовано авторами за даними [www 10, www 3]

Основним фактором попиту на товар виступає його ціна. Аналіз практики встановлення цін на внутрішньому ринку свідчать, що вітчизняні виробники органічної продукції орієнтовані переважно на заможного споживача і використовують найчастіше стратегії престижних цін. Але деякі експортоорієнтовані виробники при виникненні проблем із збутом на зовнішньому ринку частини виробленої продукції, враховуючи її нетривалий термін зберігання, тимчасово вдаються до стратегії договірних цін, яка передбачає надання покупцям різноманітних знижок. Різниця між цінами на вироблені в Україні і реалізовані на внутрішньому ринку деякі органічні та неорганічні продукти харчування наведена в табл. 1.

Таблиця 1. Відхилення цін на окремі вітчизняні органічні продукти харчування від цін на «традиційні» аналогічні продукти на внутрішньому ринку, %

Найменування продукції	Відхилення цін, %
Борошно кукурудзяне	82-300
Борошно гречане	50-90
Борошно пшеничне	210-312
Квасоля	40-82
Яблука	38-59
Картопля	110-215
Морква	52-84
Буряк	132-195
Редис	42-74
Огірок	75-212
Помідор	48-320
Капуста	42-255
Цибуля	85-271
Яйця	225-410
Сир, 50%	159-210
Ковбаси	52-228
Олія соняшникова	126-193
Молоко пастеризоване, 2,5%	38-65

Примітка: моніторинг цін здійснювався протягом 2017 року щоквартально. Ціни фіксувалися у роздрібній мережі та інтернет-магазинах

Для органічних і неорганічних продуктів вітчизняного виробництва ціни можуть змінюватися протягом року з багатьох причин. Оскільки відхилення цін в таблиці 1 рахувалися у відсотках від роздрібною ціни звичайних продуктів (які вище, ніж ціна виробника), вони не можуть

бути безпосередньо обумовлені націнками виробників. Тому відхилення, наведені в таблиці 2, слід розглядати лише як загальні оцінки. Але можна зробити загальний висновок, що дані відхилення значно більші, ніж в країнах з розвинутими ринками органічних продуктів.

Варто відзначити, що високі ціни на органіку на внутрішньому ринку частково обумовлені і більшими торговельними націнками продавців, оскільки їх витрати на маркетинг вище (попит лише формується), а відстані між виробниками значні, що збільшує транспортні витрати в розрахунку на одиницю продукції. Зі збільшенням кількості органічних фермерів, розвитком каналів збуту, підвищенням досвіду в сфері маркетингу органічних продуктів і більш стабільних ринках, ці витрати знижуватимуться.

Іншим істотним чинником попиту є рівень доходів споживачів та структура їх витрат. За оцінками МВФ ВВП на одну особу в Україні за ПКС становив 8331 дол.США, в той час як у Польщі він був 27741 дол.США [www 8], тобто в 3,3 рази більший. Крім того значний вплив на попит на органічну продукцію відіграє і структура споживчих витрат, тобто частка яка витрачається на продукти харчування. В Україні впродовж останніх десяти років вона сягає близько 50% (рис. 5). В Польщі ця частка становить близько 17%.

Як показали попередні дослідження на прикладі статистичних даних окремих країн ЄС, частка витрат на органічні продукти у доходах переважно має тенденцію до зростання при зростанні доходів, але значення цієї частки значно варіюється навіть для країн з приблизно зіставним обсягом ВВП на одну особу, наприклад, Німеччини та Фінляндії. Таку варіативність можна пояснити дією інших факторів попиту на органічну продукцію в кожній з аналізованих країн (цінових, соціальних, психологічних, демографічних та ін.) [Пенькова і Цимбалюк, 2018].

Якщо в країнах із сформованим ринком органічні продукти в уявлені частини споживачів є більш якісними, порівняно із традиційними, то підвищення доходів споживача супроводжується зростанням обсягів їх споживання. Це за умови поінформованості споживачів про переваги споживання органічних продуктів. В Україні рівень такої поінформованості надзвичайно низький [Грановська, 2017, Шумейко, 2016, Буга та Яненко, 2015, Мамалига, 2016, Ковальчук і Забурмеха, 2017]. Це підтверджують і наші дослідження. За результатами соціологічного опитування мешканців міста Умані Черкаської області (квотна вибірка за

статевіковими характеристиками) встановлено, що 84% респондентів не знають де можна придбати органічні продукти, 88% не знають як виглядає маркування таких продуктів, а 98% взагалі не впевнені, що такі продукти у торговій мережі є дійсно органічними, а не виготовленими за традиційними технологіями, проте за вищими цінами.

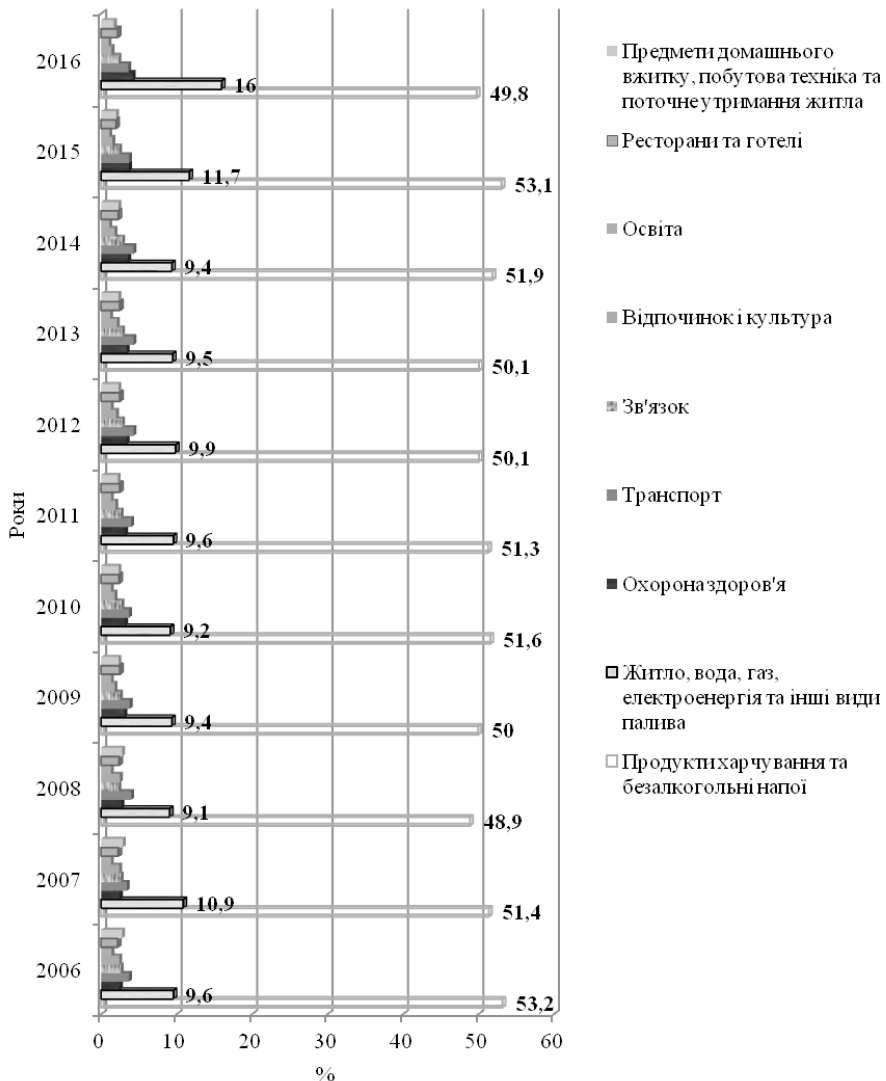


Рис 5. Частка окремих витрат у сукупних споживчих витратах українських домогосподарств

Джерело: побудовано авторами за даними [www 9]

Висновки

В Україні органічне агровиробництво розвивалося без державної підтримки та є переважно експортоорієнтованим. Високий зовнішній попит на органічні продукти харчування сприятиме подальшому нарощуванню обсягів їх виробництва в Україні та розширенню асортименту. Підвищенню темпів зростання обсягів виробництва української органічної сільськогосподарської продукції сприятиме остаточне врегулювання законодавчої бази, що регулює процеси виробництва та обігу продукції, запровадження ринку землі, розширення державної допомоги товаровиробникам у вигляді часткової компенсації вартості сертифікації, ставок по кредитах, соціальної реклами, що популяризує споживання органічних продуктів, запровадження норм про посилення відповідальності виробників «псевдоорганічних» продуктів.

Стрімкого нарощування обсягів внутрішнього попиту на органічні продукти харчування в короткостроковій перспективі очікувати не варто навіть при підвищенні рівня обізнаності потенційних покупців через низьку купівельну спроможність населення, дуже високу частку витрат на продукти харчування у загальних споживчих витратах та недовіру до добросовісності товаровиробників.

Literatura

- Buha Nataliia, Yanenkova Iryna. 2015. *Perspektyvy rozvytku orhanichnoho vyrobnytstva v Ukraini. Aktualni problemy ekonomiky*. №2(164). 117–125.
- Govindasamy Ramu, Italia John. 1999. *Predicting Willingness-to-Pay a Premium for Organically Grown Fresh Produce*. *Journal of Food Distribution Research*, July 1999. pp. 44-53.
- Hranovska Viktoriia. 2017. *Perspektyvy rozvytku rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. Ekonomika APK*. №4. 31–40.
- Kovalchuk Svitlana, Zaburmekha Yevheniia. 2017. *Marketynhovi tsyfrovi tekhnologii u doslidzhenni spozhyvachiv orhanichnoi produktsii. Marketynh i tsyfrovi tekhnologii*. Tom 1. №1. 34–51.
- Lockie Stewart, Lyons Kristen, Lawrence Geoffrey, Halpin Darren. 2006. *Going Organic: Mobilizing Networks for Environmentally Responsible food Production*. UK: CABI Publishing. 239 p.
- Padel Susanne, Foster Carolyne. 2005. *Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food*, *British Food Journal*, 107(8). pp 606-625.

Penkova Oksana, Tsybaliuk Yurii. 2018. Otsinka vplyvu dokhodiv spozhyvachiv na obsiahy prydbання orhanichnykh produktiv. Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho NUS. K: Vydavnytstvo «Osnova». Vyp. 92. Ch.2. Ekonomichni nauky. 98–106.

Regine Kristen. 2011. Generation Y Consumer Choice for Organic Foods Journal of Global Business Management, 7(1). pp.1-13.

Shumeiko Oksana. 2016. Orhanichne ahrovyrobnytstvo Ukrainy: tendentsii rozvytku ta vyklyky instytutsionalnoho zabezpechennia. Visnyk TNEU. №2. 33–42.

Smith Amanda Christine. 2010. Consumer reactions to organic food price premiums in the United States. Iowa State University, ProQuest Dissertations Publishing. 47 p.

Underhill Sheila, Figueroa Enrique. 1996. Consumer Preferences for Non-Conventional Grown Produce. Journal of Food Distribution Research, 27(2). pp. 56-66.

Van Ravenswaay Eileen, Hoehn John. (1991). The Impact of Health Risk Information on Food Demand: A Case Study of Alar and Apples. Economics of Food Safety, Elsevier, New York, pp. 155-174.

[www 1] Curl Cynthia, Beresford Shirley, Hajat Anjum., Kaufman Joel , Moore Kari, Nettleton Jennifer, Diez-Roux Ana. 2013. Associations of Organic Produce Consumption with Socioeconomic Status and the Local Food Environment: Multi-Ethnic Study of Atherosclerosis (MESA). PLOS ONE. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0069778> (data zvernennia 20.03.2018 r.).

[www 2] Mamalyha Svitlana. 2016. Rozvytok rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. Efektyvna ekonomika. № 11. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5245> (data zvernennia 22.03.2018 r.).

[www 3] Naselennia. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html (data zvernennia 04.05.2018 r.).

[www 4] Ohliad rynku. Orhanichna produktsiia. 28 liutoho 2017 r. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://msb.aval.ua/news/?id=26062> (data zvernennia 10.04.2018 r.).

[www 5] Orhanichna Ukraina v poshukakh efektyvnoi modeli. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://organicukraine.org.ua/congress/wp-content/uploads/post-release-congress-2018-ua.pdf> (data zvernennia 01.06.2018 r.).

[www 6] Orhanichniy rynek v Ukraini – analytika. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://agropolit.com/spetsproekty/415-organichniy-rinok-v-ukrayini--analitika> (data zvernennia 25.03.2018 r.).

[www 7] Proekt Zakonu Ukrainy «Pro osnovni pryntsypy ta vymohy do orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannia orhanichnoi produktsii» vid 24.11.2016

№5448. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=60576 (data zvernennia 20.03.2018 r.).

[www 8] Report for Selected Countries and Subjects. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/01/weodata/weorept.aspx?pr.x=51&pr>. (data zvernennia 22.05.2018 r.).

[www 9] Struktura sukupnykh vytrat domohospodarstv. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/strukt2010_u.htm (data zvernennia 25.05.2018 r.).

[www 10] The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.organic-world.net/yearbook.html> (data zvernennia 01.06.2018 r.).

[www 11] Zakon Ukrainy «Pro vyrobnytstvo ta obih orhanichnoi silskohospodarskoi produktsii ta syrovyny» vid 03.09.2013 №425-VII. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (data zvernennia 20.03.2018 r.).