

Перспективи розвитку ринку органічних продуктів в Україні та світі

Предметом дослідження є ринок органічних продуктів в Україні та світі.

Мета дослідження полягає в аналізі та дослідженні можливостей подальшого розвитку вітчизняного та світового ринку органічних продуктів.

Методи дослідження. У роботі використано сукупність наукових методів і підходів, зокрема системний, логічний і діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті наведені основні чинники, що сприяють розвитку ринку органічних продуктів. Окреслено перспективність розвитку ринку органічних продуктів. Визначена низка проблем та можливостей для розвитку ринку органічної їжі.

Галузь застосування: в галузі економічних наук та в практичній діяльності суб'єктів підприємництва.

Висновки. Зростання свідомості споживачів про переваги органічної їжі, а також збільшення кількості сертифікованих продуктів органічного виробництва сприяє розвитку ринку органічної продукції і допомагає забезпечити споживачам доступ до якісної та безпечної їжі. Ринок органічної їжі має великий потенціал розвитку, однак, деякі проблеми щодо виробництва та нестачі земельних ресурсів можуть ускладнити подальший розвиток ринку. Для реалізації його потенціалу потрібні нові наукові технології та практичні заходи, які допоможуть збільшити виробництво, знизити ціни та зробити органічну їжу більш доступною для споживачів. Розвиток органічного сектору є особливо важливим та перспективним для вітчизняних аграріїв, споживачів та держави в цілому, тому Україні слід активно працювати в напрямку створення належного правового забезпечення діяльності органічних виробників, а також запровадження чіткої та ефективної системи їх державної підтримки як на регіональному, так і на національному рівнях.

Ключові слова: органічний продукт, продовольча безпека, ринок органічної продукції, екологічно чистий продукт.

Prospects for the development of the organic products market in Ukraine and the world

The subject of the study is the market of organic products in Ukraine and the world.

The purpose of the study is to analyze and explore the possibilities of further development of the domestic and global market of organic products.

Research methods. The research uses a set of scientific methods and approaches, in particular the systematic, logical and dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, the method of data summarization.

Field of application: in the field of economic sciences and in the practical activity of business entities.

Conclusions. The growing awareness of consumers about the benefits of organic food, as well as the increase in the number of certified organic products, contributes to the development of the market for organic products and helps ensure that consumers have access to quality and safe food. The market of organic food has great potential for development, however, some problems regarding production and lack of land resources may complicate the further development of the market. Realizing

its potential requires new scientific technologies and practical measures to increase production, lower prices and make organic food more accessible to consumers. The development of the organic sector is particularly important and promising for domestic agrarians, consumers and the state as a whole, therefore Ukraine should actively work towards the creation of appropriate legal support for the activities of organic producers, as well as the introduction of a clear and effective system of their state support both at the regional and national levels.

Key words: *organic product, food safety, market of organic products, environmentally friendly product.*

Постановка проблеми. Останні десятиріччя все більше людей стають свідомими про важливість здорового способу життя, що передбачає не тільки фізичну активність, але й правильне харчування. В умовах наростаючого екологічного забруднення в світі спостерігається збільшення зацікавленості споживачів, і тим самим, підвищення попиту на екологічно чисті продукти харчування. В першу чергу, до останніх можемо віднести органічні екологічні чисті продукти, тобто ті, що вирощуються без використання синтетичних добрив, пестицидів, гормонів і антибіотиків, але з використанням відновлювальних ресурсів, таких як компост та натуральне землеробство. З огляду на корисність органічних продуктів, вони стають все більш популярними серед споживачів.

Проте ринок органічної їжі як в Україні, так і в світі все ще знаходиться в стадії розвитку. Проблема полягає в тому, що виробництво органічних продуктів харчування не спроможне задовольнити постійно зростаючий споживчий попит на них. Окрім того, виробництво органічної їжі часто є більш складним і вимагає більше ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тенденції розвитку ринку органічної їжі у своїх наукових працях розглядали: Х. Віллер, Я. Травнічек, Б. Шлаттер, К. Прутві, С. Мадху, Д. Суббая, М. Гжибовська–Бжезінська, М. Гживінська–Рапця, І. Жуховський, П. Боравський, А. Тандон, Ф. Джабін, С. Талвар, М. Сакашита, А. Дхір, С. Молініло, М. Відаль–Бранку, А. Япутра, С. Берсуцька, Т. Козичева, О. Пенькова, В. Рибчак, Ю. Цимбалюк.

Мета статті полягає в аналізі та дослідженні сучасного стану вітчизняного та світового ринку органічних продуктів та визначенні перспектив для розвитку.

Виклад основного матеріалу. Україна має можливості для вирощування та виробництва органічної продукції завдяки своїм природним ресурсам та відносно невисокій конкуренції на ринку. Аналіз ринку органічної їжі та його перспектив розвитку показує, що він знаходиться в стадії постійно-

го розвитку та має високий потенціал. За даними Research and Markets, найбільшого у світі агентства з маркетингових досліджень, глобальний ринок органічної їжі до 2025 року досягне значення більше 320 млрд. доларів США. При цьому прогнозується зростання ринку з річною швидкістю 10,9% [1]. В той же час, темпи зростання українського органічного виробництва в 5,4 рази вищі, ніж у країнах Європи, та майже в 5 разів вищі, ніж у світі.

Одним з факторів, що сприяє розвитку національного ринку органічної продукції в Україні є прийняття в 2018 році Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [2], яким поставлено за мету адаптація вимог органічного вітчизняного законодавства до відповідних правових норм Євросоюзу.

Закон направлений на удосконалення засад правового регулювання органічного виробництва, сертифікації, обігу та маркування органічної продукції. Зокрема, зазначений закон впроваджує контроль за використанням виробниками таких маркувань, як «біо», «еко», «органік», якими зловживали виробники неякісної та неорганічної продукції і вводили споживачів в оману.

Відтепер на етикетці органічної продукції має обов'язково бути розміщений спеціальний логотип – зображення двох кругів, які перетинаються, утворюючи фігуру у вигляді листка рослини, а також надпису «Органічний продукт» [3]. Нанесення зображення затвердженого логотипа свідчить про те, що виробник органічної продукції пройшов спеціальну сертифікацію, має відповідні документи і допомагає споживачам відрізнити органічну продукцію від іншої, наявної на полицях магазинів.

Розвиток будь-якого ринку залежить від динаміки зміни попиту на продукцію та товари. Основним каталізатором зростання ринку органічної продукції є збільшення зацікавленості споживачів у споживанні здорової органічної їжі як в Україні, так і в розвинених країнах, таких як США, Канада та країни Європейського Союзу.

Головні фактори, що впливають на зростання попиту на органічну їжу, включають: зростання розуміння та усвідомлення споживачів про здоровий спосіб життя, відповідальне споживання та небезпечний вплив на організм хімічних речовин, які зазвичай зустрічаються в неорганічній їжі. Крім того, все більше споживачів усвідомлюють, що використання органічної їжі сприяє сталому розвитку та зменшенню негативного впливу на довкілля. Також важливу роль в збільшенні попиту на органічну продукцію, зокрема в Україні, відіграє зростання економічного статусу населення, яке стає більш свідомим та вимогливим щодо якості та безпеки продуктів харчування, зростання кількості веганів та вегетаріанців.

Ринок органічної їжі охоплює різні види продуктів харчування, такі як овочі та фрукти, зернові та молочні продукти, м'ясо, риба та інші продукти. Розподіл ринку органічної їжі за видами продуктів може варіюватися в залежності від регіону та попиту споживачів.

Найбільш популярними продуктами серед органічної їжі є продукти рослинництва – овочі, фрукти, ягоди, баштанні культури тощо. Це пов'язано з тим, що ці продукти мають високий рівень вітамінів та мінералів, не містять великої кількості отруйних та штучних речовин і залюбки споживаються населенням. Органічні зернові включають в себе пшеницю, кукурудзу, рис, жито, ячмінь, та є сировиною для виробництва багатьох продуктів харчування. Органічне молоко, сир, йогурт та інші молочні продукти виробляються з молока, отриманого на екологічних фермах від худоби, вирощеної без використання антибіотиків, гормонів та інших шкідливих речовин. Органічне м'ясо та риба вирощуються лише з використанням натуральних кормів та без використання шкідливих антибіотиків та гормонів.

Крім того, на ринку органічної їжі можна знайти такі продукти, як мед, олія та інші. Загалом, ринок органічної їжі зростає, і споживачі можуть знайти різноманітні продукти харчування, які відповідають їхнім потребам та уподобанням.

Вирощування органічних продуктів та виробництво органічної їжі поєднує в собі найкращі практики з огляду на збереження довкілля, рівень біологічного різноманіття, відновлення родючості ґрунтів, збереження природних ресурсів, добробуту тварин, розвитку сільських територій та сприяння гармонії між людиною і природою.

Проте, щоб продукт міг бути віднесений до органічних, його виробництво має бути підтверджене відповідними сертифікатами відповідно до встановлених стандартів. Державний органічний сертифікат може бути виданий різними організаціями (органами сертифікації) та має свої вимоги до вирощування та виробництва продукції. У різних країнах існують різні стандарти для сертифікації органічної їжі. Наприклад, в ЄС це «European Union organic standards», а в США – стандарт «USDA Organic». У цих актах окрім встановлення правил та вимог до методів вирощування органічних продуктів, також встановлені вимоги до інгредієнтів, що можуть бути використані в процесі вирощування та обробки органічної їжі. Зокрема, сертифікат «USDA Organic» в США підтверджує, що продукт був вирощений та вироблений за стандартами, встановленими Міністерством сільськогосподарства США у відповідності з органічним та екологічним законодавством США.

В Україні сертифікація органічного виробництва відбувається у відповідності до вже згаданого вище закону. Єдиним в Україні органом з сертифікації органічного виробництва, визнаним в Європі, є «Органік Стандарт». Він був створений в рамках українсько-швейцарського проекту «Органічна сертифікація та розвиток органічного ринку в Україні» в 2007 році. Наразі компанія здійснює сертифікацію у всіх регіонах України, а серед її партнерів є ряд відомих іноземних органічних організацій та всі знані гравці органічного сектору України [4].

У світі все більше виробників звертають увагу на виробництво органічної їжі. Так, багато великих компаній, таких як Nestle та PepsiCo, запускають нові лінії продуктів з органічної їжі або збільшують обсяги виробництва вже наявних органічних продуктів.

Зокрема і на вітчизняному ринку кількість виробників здорової продукції збільшується щороку. За версією дослідницького агентства «Brandstory», на ринку органічної їжі в Україні можна виділити наступні п'ять великих гравців, що виробляють виключно органічну продукцію:

- ТОВ «Органік Мілк» – перший в Україні завод з виробництва органічної молочної продукції з власної сировини, що пропонує свою продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;
- ТОВ «Дунайський Аграрій» є найбільшим виробником органічних баштанних культур, а також

входить у трійку основних виробників яєць за органічним стандартом;

– ТОВ «Старий Порицьк», яке спеціалізується на виробництві вершкового масла, моцарели, сулугуні, бринзи та інших видів сиру під власною торговою маркою на екологічно-чистій органічній сироварні за «Органік Стандартом»;

– ТОВ «Органічний М'ясний Продукт», що випускає м'ясну продукцію винятково з власної сировини і за власною рецептурою. Асортимент продукції включає в себе близько 30 видів: продукти зі свинини та яловичини, вироби з сала, ковбаси: варені, варено-копчені, напівкопчені, твердокопчені, сосиски, сардельки, ковбаси паштетні, паштети м'ясні та інше;

– ПрАТ «ЕтноПродукт» – українсько-швейцарське аграрне підприємство, що займається повним циклом переробки і постачання екологічно сертифікованої молочної продукції: сире і пастеризоване молоко, сметана, кефір, йогурт, масло, а. також інших продуктів: мед, м'ясо, ковбаси, овочі, зернові й бобові крупи [5].

Українська органічна продукція поступово набуває визнання на міжнародному рівні. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2022 році Україна експортувала до ЄС та Швейцарії 225 814 тон органічної продукції, що на 13% більше, ніж у 2021 році [6]. Зокрема,

у 2021 році Україна посіла 5 місце у світі із 126 країн за обсягами імпорту органічної продукції до ЄС із часткою 6,6% від загального обсягу [7].

Проте, варто зазначити, що органічні виробники, що бажають спеціалізуватися на вирощуванні та виробництві екологічно чистої продукції, зіштовхуються з рядом проблем, що значно ускладнюють подальший розвиток як українського, так і світового ринків.

Основною з них є нестача земельних ресурсів для вирощування екологічної аграрної продукції. І це є серйозною проблемою не тільки в Україні, але й у всьому світі. Оскільки така діяльність вимагає більших обсягів землі, більш жорсткі вимоги до її якості та способів її обробки, ніж традиційне вирощування сільськогосподарських культур.

Однак, на жаль, світові земельні ресурси є досить обмеженими. Більшість кращих земель вже використовується для вирощування традиційних культур, що забирає можливості для вирощування органічної їжі. Проблема дефіциту землі також посилюється тим фактом, що багато країн втрачають свої земельні ресурси через забруднення довкілля, зміну клімату, розростання міст та інші проблеми. Наприклад, посухи, повені, зсуви ґрунту та інші кліматичні катастрофи можуть знизити родючість ґрунту та зменшити площу придатну для вирощування органічних культур.

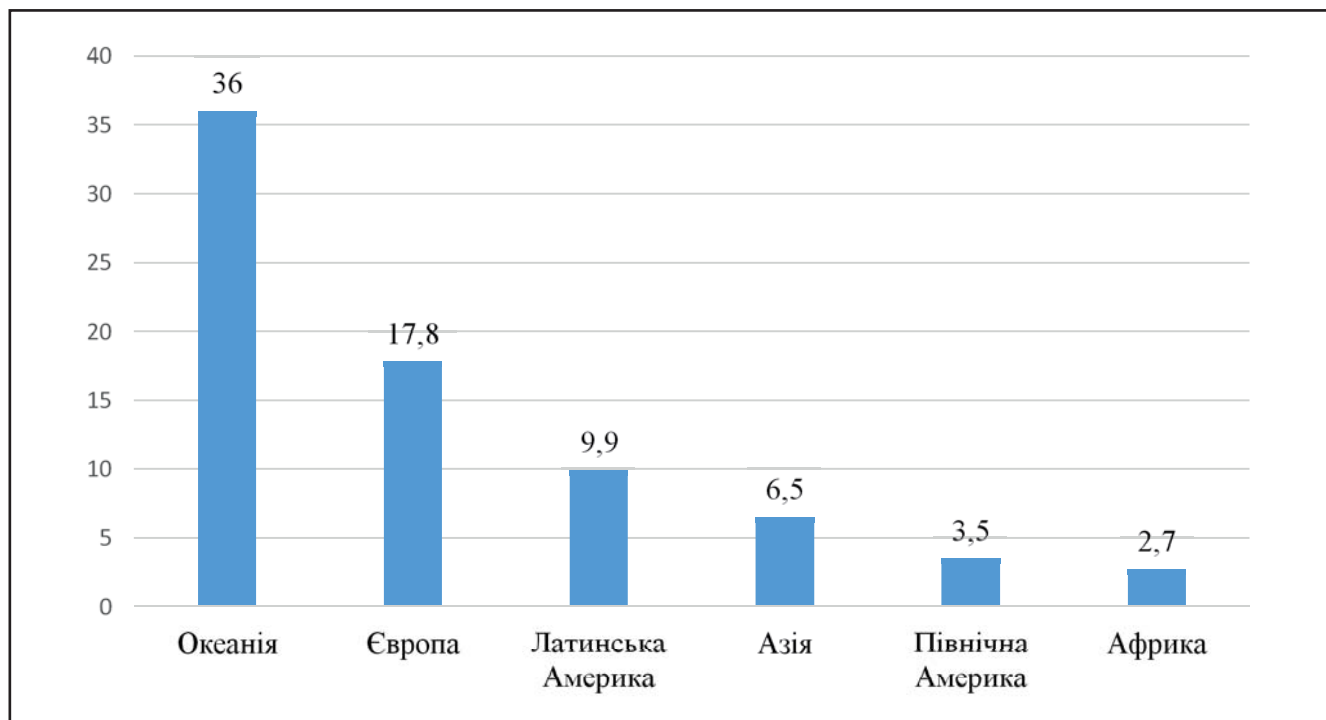


Рисунок 1. Органічні сільськогосподарські угіддя по регіонам світу в 2021 році, млн. га
Створено авторами за матеріалами [8]

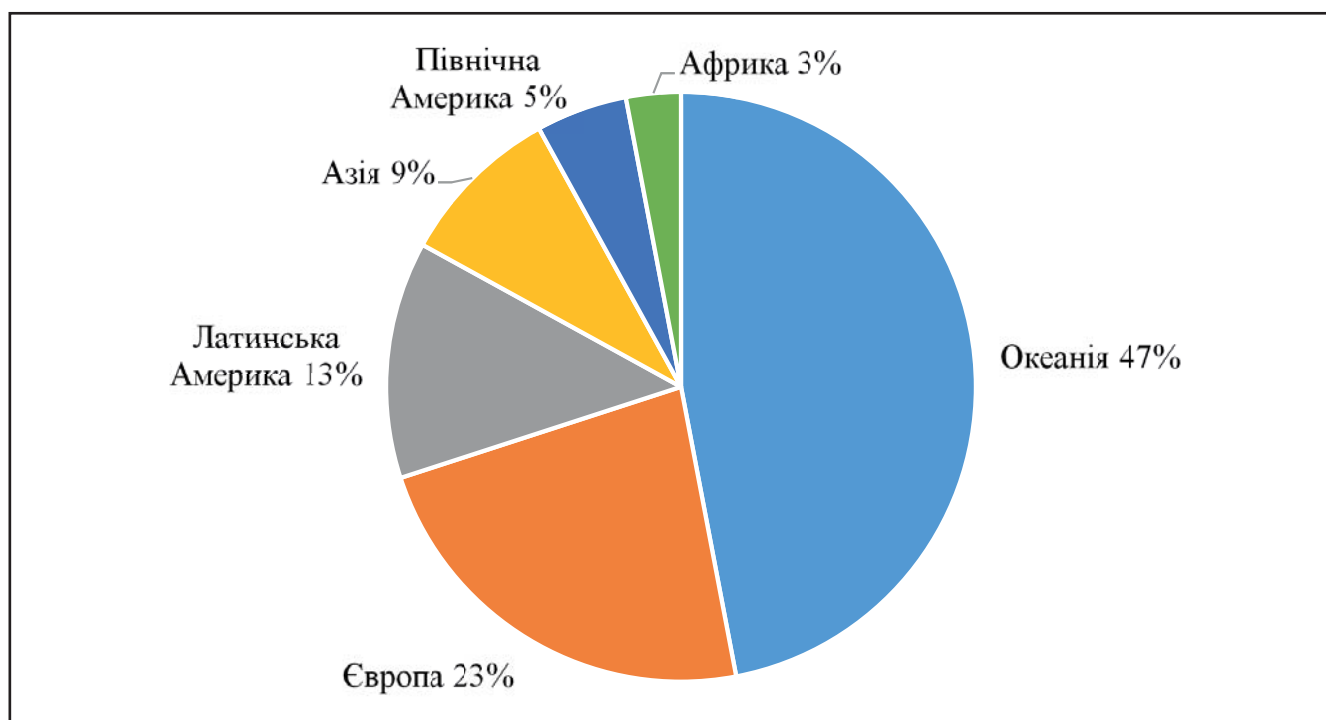


Рисунок 2. Розподіл органічних сільськогосподарських угідь по регіонах у 2021 році

Створено авторами за матеріалами [8]

Згідно звіту Дослідного інституту органічного сільського господарства [8], у 2021 році в усьому світі під управлінням органічного сільського господарства перебували 76,4 млн. гектарів землі, що на 1,7% більше ніж у попередньому році. Однак, це становить лише 1,6% від загальної площі сільськогосподарських угідь.

Згідно з даними, Океанія обробляє майже половину (47%) світових органічних сільськогосподарських угідь (рис. 1, 2). В Європі протягом багатьох років спостерігається постійний ріст обсягів органічних земель. В 2021 році Європа мала понад 23% світових органічних сільськогосподарських угідь.

В розрізі країн найбільшу кількість органічних сільськогосподарських угідь має Австралія (97%), більшість з яких складають великі сільськогосподарські пасовища. Аргентина посіла друге місце, за нею на третьому місці – Франція (рис. 3). Це спостерігається вперше, коли європейська країна посідає цю позицію. Далі слідує Китай, Уругвай, Індія, Іспанія, США, Італія та Німеччина. Десять країн із найбільшими органічними сільськогосподарськими землями мають загальну площу 59,6 млн. гектарів і складають майже 80% світових органічних сільськогосподарських угідь [8].

Як вже було зазначено, з країн Європи Франція має найбільшу кількість органічних сільськогосподарських угідь – майже 3 мільйони гекта-

рів. На другому місці знаходиться Іспанія з 2,64 млн. гектарів, а на третьому місці – Італія з 2,19 млн. гектарів. Україна в даному рейтингу займає 12-те місце з 0,42 млн. гектарів.

Що ж до світового рейтингу, то Україна посідає 20-те місце у світі за площею сільськогосподарських угідь, зайнятих під органічним виробництвом. Згідно звіту Міністерства аграрної політики та продовольства України [9], загальна площа сільськогосподарських земель в Україні становить 422 299 гектарів. У тому числі 370 110 гектарів займають сільськогосподарські землі з органічним статусом, решта – землі з перехідним статусом.

Найбільшу площу сільськогосподарських угідь з органічним та перехідним статусом – 61 677 га – має Херсонська область, що складає 14,60%. Далі – Тернопільська область (61 639 га) та Запорізька область (44 125 га), що займають відповідно 14,60% та 10,45% всіх українських сільськогосподарських земель для виробництва, вирощування органічних продуктів. Першу п'ятірку закривають Житомирська (38 665 га – 9,16%) та Черкаська (36 134 га – 8,56%) області (рис. 4).

У країнах з розвинутою економікою, таких як США, Європейський Союз та Японія, ринок органічної їжі зростає з кожним роком та стає все більш важливим. Проте, на деяких ринках, особливо в менш розвинених країнах, до яких відноситься

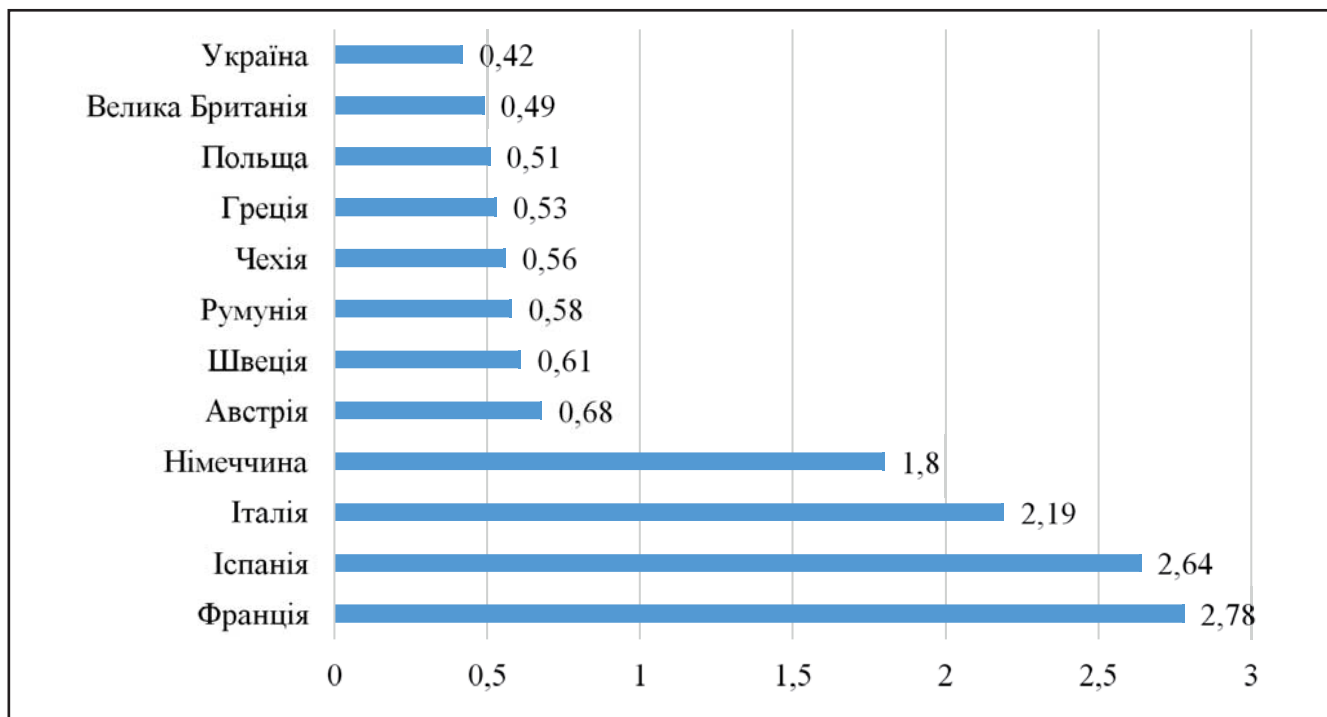


Рисунок 3. Топ-12 країн Європи з органічних сільськогосподарських угідь в 2021 р., млн. га
Створено автором за матеріалами [8]

і Україна, органічна їжа може бути досить дорогим продуктом, і не кожен споживач може собі дозволити її купувати регулярно. Це на жаль, є фактором, що стримує розвиток вітчизняного ринку здорової екологічно чистої органічної продукції.

У середньому, органічні продукти коштують на 15–30% дорожче за звичайні, а в деяких випадках – удвічі дорожче, оскільки вирощування органічних культур вимагає більшої уваги до деталей та більшої ручної праці. Крім того, фермери, які вирощують органічну продукцію, зазвичай використовують більш дорогі органічні добрива та пестициди, щоб зберігати ґрунт і рослини здоровими без використання штучних хімікатів. Органічні культури також зазвичай вирощують на менших ділянках землі, що зменшує врожайність та збільшує витрати на землю.

Тому, одним з важливих наукових завдань є розробка та впровадження нових технологій вирощування органічної їжі, які б дозволили збільшити її виробництво та знизити ціну. Це б збільшило доступність органічної їжі для споживачів з обмеженим бюджетом. Для цього мають бути розроблені державні програми підтримки органічного виробництва суб'єктів малого та середнього бізнесу, заохочення створення мереж малих магазинів, які спеціалізуються на продажі органічної їжі. Крім того, важливо також проводити інформа-

ційну роботу серед споживачів, особливо молоді, щодо збільшення їх усвідомлення відносно важливості споживання здорової їжі.

Дефіцит земельних ресурсів для вирощування органічної їжі є серйозною проблемою, яку треба вирішувати. Необхідно знаходити нові підходи до вирощування органічної їжі, які зменшать залежність від землі та збільшать її ефективність. Ринок органічної їжі має великий потенціал розвитку, проте для його реалізації потрібні нові наукові технології та практичні заходи, які допоможуть збільшити виробництво, знизити ціни та зробити органічну їжу більш доступною для споживачів.

Розвиток органічного сектору є особливо важливим та перспективним для вітчизняних аграріїв, споживачів та держави в цілому, особливо в контексті забезпечення продовольчої безпеки, здорового харчування та збереження навколишнього природного середовища. Тому Україні слід активно працювати в напрямку створення належного правового забезпечення діяльності органічних виробників, а також запровадження чіткої та ефективної системи їх державної підтримки як на регіональному, так і на національному рівнях.

У будь-якому випадку, зростання свідомості споживачів про переваги органічної їжі, а також збільшення кількості сертифікованих продуктів органічного виробництва сприяє розвитку рин-

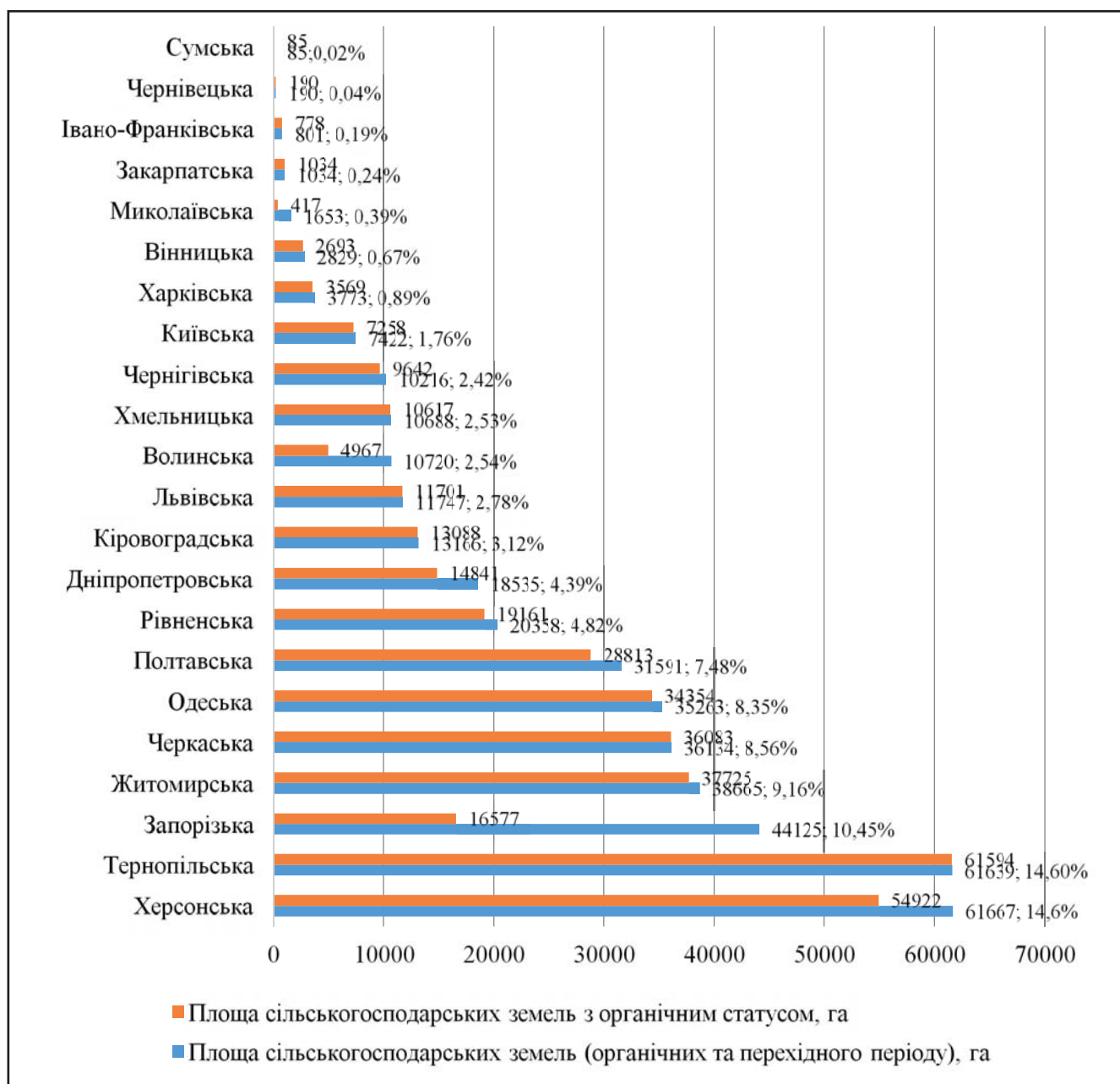


Рисунок 4. Площа органічних сільськогосподарських земель України по областях у 2021 році
Створено авторами за матеріалами [9]

ку органічних продуктів і допомагає забезпечити споживачам доступ до якісної та безпечної їжі.

Висновки

Отже, за результатами дослідження можемо стверджувати, що ринок органічної їжі має високий потенціал та перспективи для подальшого розвитку, оскільки зростає попит на органічні продукти внаслідок збільшення свідомості споживачів про переваги здорового способу життя та сталого розвитку. Однак, деякі проблеми щодо виробництва та нестачі земельних ресурсів можуть ускладнити подальший розвиток ринку.

Список використаних джерел

1. Organic Foods and Beverages: Global Strategic Business Report, 2023. URL: https://www.researchandmarkets.com/reports/344081/organic_foods_and_beverages_global_strategic
2. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» від 27.05.2022 р. № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
3. Наказ «Про затвердження державного логотипа для органічної продукції» від 14.08.2020 р. № zO261-19. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/zO261-19#Text>

4. Органік Стандарт, офіційний сайт. URL: <https://organicstandard.ua/>
5. BrandStory. Organic: ТОП-15 найвпізнаваніших органічних брендів України, 2021. URL: <https://brandstory.com.ua/rejtingi/organic-ua-top-15-najvpiznavanisih-organichnih-brendiv-ukraini>
6. Попри війну Україна експортувала до ЄС та Швейцарії на 13% більше органічної продукції, ніж у 2021-му році, – Тарас Висоцький. URL: <https://minagro.gov.ua/news/popri-vijnu-ukrayina-eksportovala-do-yes-ta-shvejcariji-na-13-bilshe-organichnoyi-produkciyi-anizh-u-2021-mu-roci-taras-visockij>
7. Україна входить до п'ятірки лідерів-експортерів органічної продукції до ЄС, – Тарас Висоцький. URL: <https://minagro.gov.ua/news/ukrayina-vhodit-do-pyatirki-lideriv-eksporteriv-organichnoyi-produkciyi-do-yes-taras-visockij>
8. Willer, Helga, Bernhard Schlatter, and Jan Tróvnček, (Eds.) (2023): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2023. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf>
9. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Органічне виробництво в Україні, 2022. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>
10. Pruthvi, K.G., Madhu, S., & Subbaiah, D.C. (2019). Study on Organic Food Markets – An Ethical Perspective. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research, 6 (1), 542–546. URL: https://www.researchgate.net/publication/334450907_Study_on_Organic_Food_Markets_-_An_Ethical_Perspective
11. Grzybowska-Brzezinska, M.; Grzywinska-Rapca, M.; Zuchowski, I.; Borawski, P. Organic food attributes determining consumer choices. European Research Studies Journal 2017, 20, 164–176. URL: <https://ersj.eu/journal/635>
12. Tandon, A.; Jabeen, F.; Talwar, S.; Sakashita, M.; Dhir, A. Facilitators and inhibitors of organic food buying behavior. Food Quality and Preference 2021, 88. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329320303463?via%3Dihub>
13. Molinilo, S.; Vidal-Branco, M.; Japutra, A. Understanding the drivers of organic foods purchasing of millennials: Evidence from Brazil and Spain. Journal of Retailing and Consumer Services 2020, 52, 101926–101934. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698919301158?via%3Dihub>
14. С.Я. Берсуцька, Т.О. Козичева. Сучасний стан і перспективи розвитку ринку органічної продукції. Економічний вісник Донбасу 2020, 2(60) 165–172. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/171643>
15. О. Пенькова, В. Рибчак, Ю. Цимбалюк. Проблеми та перспективи розвитку українського ринку органічних продуктів харчування. Nauki Ekonomiczne 2018, 28, 139–152. URL: <https://czasopisma.mazowiecka.edu.pl/index.php/ne/article/view/542/528>

References

1. Organic Foods and Beverages: Global Strategic Business Report, 2023. URL: https://www.researchandmarkets.com/reports/344081/organic_foods_and_beverages_global_strategic
2. Law of Ukraine «On Basic Principles and Requirements for Organic Production, Circulation and Labeling of Organic Products» dated May 27, 2022 No. 2496–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
3. Order «On approval of the state logo for organic products» dated August 14, 2020 No. z0261–19. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0261-19#Text>
4. Organic Standard, official website. URL: <https://organicstandard.ua/>
5. BrandStory. Organic: TOP-15 most recognizable organic brands of Ukraine, 2021. URL: <https://brandstory.com.ua/rejtingi/organic-ua-top-15-najvpiznavanisih-organichnih-brendiv-ukraini>
6. Despite the war, Ukraine exported 13% more organic products to the EU and Switzerland than in 2021, Taras Vysotskyi. URL: <https://minagro.gov.ua/news/popri-vijnu-ukrayina-eksportovala-do-yes-ta-shvejcariji-na-13-bilshe-organichnoyi-produkciyi-anizh-u-2021-mu-roci-taras-visockij>
7. Ukraine is among the top five exporters of organic products to the EU, – Taras Vysotskyi. URL: <https://minagro.gov.ua/news/ukrayina-vhodit-do-pyatirki-lideriv-eksporteriv-organichnoyi-produkciyi-do-yes-taras-visockij>
8. Willer, Helga, Bernhard Schlatter, and Jan Tróvnček, (Eds.) (2023): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2023. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf>
9. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine. Organic production in Ukraine, 2022. URL: <https://minagro.gov.ua/>

gro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini

10. Pruthvi, K.G., Madhu, S., & Subbaiah, D.C. (2019). Study on Organic Food Markets – An Ethical Perspective. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6 (1), 542–546. URL: https://www.researchgate.net/publication/334450907_Study_on_Organic_Food_Markets_-_An_Ethical_Perspective

11. Grzybowska-Brzezinska, M.; Grzywinska-Rapca, M.; Zuchowski, I.; Borawski, P. Organic food attributes determining consumer choices. *European Research Studies Journal* 2017, 20, 164–176. URL: <https://ersj.eu/journal/635>

12. Tandon, A.; Jabeen, F.; Talwar, S.; Sakashita, M.; Dhir, A. Facilitators and inhibitors of organic food buying behavior. *Food Quality and Preference* 2021, 88. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329320303463?via%3Dihub>

13. Molinilo, S.; Vidal-Branco, M.; Japutra, A. Understanding the drivers of organic food purchasing among millennials: Evidence from Brazil and Spain. *Journal of Retailing and Consumer Services* 2020, 52, 101926–101934. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698919301158?via%3Dihub>

14. S.Ya. Bersutska, T.O. Kozycheva. The current state and prospects for the development of the market of organic products. *Economic Bulletin of Donbas* 2020, 2(60) 165–172. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/171643>

15. O. Penkova, V. Rybchak, Yu. Tsymbalyuk. Problems and prospects of the development of the Ukrainian organic food market. *Nauki Ekonomiczne* 2018, 28, 139–152. URL: <https://czasopisma.mazowiecka.edu.pl/index.php/ne/article/view/542/528>

Дані про авторів

Ткаченко Ольга Миколаївна,

к. е. н., доцент, доцент. кафедри економіки і права, Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

e-mail: 1444563@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-1468-8091>

Гаркавенко Ірина Олександрівна,

здобувачка вищої освіти (перший освітньо-науковий рівень), 051 Економіка, Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

e-mail: garkavenko.ira10@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-4843-6529>

Бондар Світлана Андріївна,

асист. кафедри інженерної геодезії, Київський національний університет будівництва і архітектури, Київ, Україна

e-mail: bondar.sa@knuba.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-9378-6588>

Data about the authors

Olga Tkachenko,

Assoc. Prof., Assoc. Prof. of the Department of Economics and Law, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

e-mail: 1444563@ukr.net

Iryna Harkavenko,

Undergraduate student, 051 Economics, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: garkavenko.ira10@gmail.com

Svitlana Bondar,

Asst. Prof., Asst. Prof. of the Department of Engineering Geodesy, Kyiv National University of Construction and Architecture, Kyiv, Ukraine

e-mail: bondar.sa@knuba.edu.ua

УДК 330.12:339.372.84:33.025.12:005.5-047.64

КОЛОДІЙЧУК А. В.
ВАЖИНСЬКИЙ Ф. А.

Практичні аспекти забезпечення контролінгом реалізації контрольної функції управління

Предметом дослідження є практичні аспекти забезпечення контролінгом реалізації контрольної функції управління.

Метою дослідження є виявлення прикладних аспектів забезпечення контролінгом здійснення функції контролю в управлінні.

Методи дослідження. У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.