

ПОТЕНЦІАЛ І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ОРГАНІЧНОГО ОВОЧІВНИЦТВА

© 2019 ЛОГОША Р. В., МОРОЗ І. О., КРИЧКОВСЬКИЙ В. Ю.

УДК 338.432:631.1

Логоша Р. В., Мороз І. О., Кричковський В. Ю. Потенціал і проблеми розвитку вітчизняного ринку органічного овочівництва

Метою статті є опис проблем і перспектив розвитку ринку органічної овочевої продукції в Україні з позиції малого бізнесу. В Україні у сегменті овочевої продукції відбувається активне становлення органічного ринку, про що свідчить випереджаюча будь-які інші показники АПК динаміка. Водночас стихійно чи менш упорядковано здійснюється в суттєвих масштабах несертифіковане виробництво органічного овочівництва. Існує велика проблема щодо коректного моніторингу цього сектора господарств, який представлений, в першу чергу, малими товарними формами виробництва. Раніше чи пізніше, але імплементація цієї групи господарств до доступної моніторингової мережі відбуватиметься у міру формалізації ринку, адже відсутність сертифікації безпосередньо обмежує ціни та прибуток. У результаті дослідження було встановлено, що вітчизняний ринок потребує сучасної інфраструктури. Можна стверджувати, що внутрішній ринок продукції органічного овочівництва в Україні продовжує знаходитися у полі дії невизначених механізмів ціноутворення, наслідком чого є, з одного боку, завищення цін, з іншого – відсутність усталеного сегмента попиту. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є дослідження особливостей становлення і розвитку ринку органічної овочевої продукції в Україні з позиції малого бізнесу.

Ключові слова: овочівництво, традиційні технології, органічні технології, особисті господарства населення, витрати, доходи.

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 12.

Логоша Роман Васильович – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та аграрного бізнесу, Вінницький національний аграрний університет (вул. Сонячна, 3, Вінниця, 21008, Україна)

Мороз Ірина Олегівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра кібернетики та системного аналізу, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: lomoro200@gmail.com

Кричковський Вадим Юрійович – директор, ТОВ «Органік-Д» (вул. Жовтнева, 118, Сутиски, Тьвівський район, Вінницька область, 23320, Україна)

E-mail: Organik.d.ltd@gmail.com

УДК 338.432:631.1

UDC 338.432:631.1

Логоша Р. В., Мороз І. О., Кричковський В. Ю. Потенціал і проблеми розвитку отечественного рынка органического овощеводства

Целью статьи является описание проблем и перспектив развития рынка органической овощной продукции в Украине с позиции малого бизнеса. В Украине в сегменте овощной продукции происходит активное становление органического рынка, о чем свидетельствует опережающая любые другие показатели АПК динамика. В то же время стихийно или менее упорядоченно осуществляется в существенных масштабах несертифицированное производство органического овощеводства. Существует большая проблема относительно корректного мониторинга этого сектора хозяйств, который представлен, в первую очередь, малыми товарными формами производства. Раньше или позже, но имплементация этой группы хозяйств к доступной мониторинговой сети будет происходить по мере формализации рынка, ведь отсутствие сертификации непосредственно ограничивает цены и прибыль. В результате исследования было установлено, что отечественный рынок нуждается в современной инфраструктуре. Можно утверждать, что внутренний рынок продукции органического овощеводства в Украине продолжает находиться в поле действия неопределенных механизмов ценообразования, следствием чего есть, с одной стороны, завышение цен, с другой – отсутствие устоявшегося сегмента спроса. Перспективами последующих исследований в данном направлении является исследование особенностей становления и развития рынка органической овощной продукции в Украине с позиции малого бизнеса.

Ключевые слова: овощеводство, традиционные технологии, органические технологии, личные хозяйства населения, затраты, доходы.

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Библ.:** 12.

Логоша Роман Васильевич – доктор экономических наук, доцент, доцент, кафедра маркетинга и аграрного бизнеса, Винницкий национальный аграрный университет (ул. Солнечная, 3, Винница, 21008, Украина)

Мороз Ирина Олеговна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра кибернетики и системного анализа, Киевский национальный торгово-экономический университет (ул. Киото, 19, Киев, 02156, Украина)

E-mail: lomoro200@gmail.com

Кричковский Вадим Юрьевич – директор, ООО «Органік-Д» (ул. Октябрьская, 118, Сутиски, Тьвовский район, Винницкая область, 23320, Украина)

E-mail: Organik.d.ltd@gmail.com

Logosha R. V., Moroz I. O., Krychkovskiy V. Yu. The Potential and Problems of Development of the National market of Organic Vegetable Growing

The article is aimed at describing the problems and prospects of organic vegetable market development in Ukraine from the point of view of small business. In the segment of vegetable production in Ukraine, an active formation of the organic market is going on, as evidenced by the AIC dynamics, surpassing any other indicators. At the same time, the non-certified production of organic vegetable growing is being carried out spontaneously or in a less orderly manner. There is a big problem concerning the correct monitoring of this sector of farms, which is represented, first of all, by small commodity forms of production. Earlier or later, but the implementation of this group of farms to the available monitoring network will occur as the market becomes formalized, because the lack of certification limits directly both the prices and the profits. The study results in determining that the national market needs modern infrastructure. It can be argued that the domestic market of organic vegetable production in Ukraine continues to remain in the domain of uncertain pricing mechanisms, the consequence of which is, on the one hand, the overstatement of prices, on the other - lack of an established demand segment. Prospects for further researches in this direction is studying the peculiarities of formation and development of the market of organic vegetable products in Ukraine from the point of view of small business.

Keywords: vegetable growing, traditional technologies, organic technologies, personal households of the population, expenses, incomes.

Fig.: 2. **Tbl.:** 3. **Bibl.:** 12.

Logosha Roman V. – Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing and Agrarian Business, Vinnytsia National Agrarian University (3 Soniachna Str., Vinnytsia, 21008, Ukraine)

Moroz Iryna O. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Cybernetics and System Analysis, Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: lomoro200@gmail.com

Krychkovskiy Vadym Yu. – Director, Organik-D LLC (118 Zhovtneva Str., Sutytsky, Tyvriv district, Vinnytsia region, 23320, Ukraine)

E-mail: Organik.d.ltd@gmail.com

Успішний процес євроінтеграції України до світового економічного співтовариства неможливий без координації зусиль з виробництва якісної та безпечної овочевої продукції. Потенціал України у цьому аспекті є досить значним. На фоні таких змін, з метою гармонізації потреб агровиробництва і завдань охорони навколишнього середовища, у світі були розроблені правила органічного сільського господарства. Слід зазначити, що формування нового сегмента ринку, у т. ч. і в овочівництві, а також швидке зростання чисельності суб'єктів органічного виробництва та перехід якоїсь частини вже діючих підприємств на органічні стандарти можуть розглядатися як перспективний напрям підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора України. При цьому виробництво органічної продукції відкриває нову ринкову нішу для українських аграріїв на зарубіжних і світових ринках, що набуває особливої актуальності тепер, коли діють пільгові умови для експорту національної продукції сільськогосподарського виробництва до країн ЄС. Йдеться про принципово нові ринки, які функціонують за відмінними від традиційних механізмами. Крім того, забезпечується підтримка здоров'я нації завдяки більш якісним продуктам харчування. Звідси і актуалізація питання пошуку факторів конкурентоспроможності вітчизняного органічного овочівництва.

Економіка органічного сільськогосподарського виробництва являє собою принципово іншу систему порівняно з традиційною. Слід зазначити, що у світі впродовж ще 60–80-х рр. ХХ ст. виник цілий ряд підходів до вимог такого виробництва, які у ряді випадків істотно різняться. Проблемним залишається питання наукового забезпечення таких філософій і практик, як, наприклад, у випадку використання ГМО та багатьох ін.

Питання розвитку органічного сільськогосподарського виробництва досліджували Антоненко С. С. [1; 2], Артиш В. І. [3], Берлач Н. А., Бойко Є. О., Дейнеко Л. В. [4], Дубовий В. І. [5], Дудар Т. Г., Маслак О. М., Милованов Є. В., Писаренко В. М. [1; 2], Скидан О. В. та ін. Дослідження економічних особливостей органічного овочівництва виконано Амеліною Ю. С. [6], Безусом Р. М. [7], Гілем Л. С. [8], Корнієнко С. І. [9], Пашковським А. І., Рудь В. П. [9], Сулімою Л. Т., Ткалич В. В., Ульяновком О. В. [10] та ін. Однак дослідження проблем і потенціалу розвитку органічного овочівництва з позицій малого бізнесу потребують подальшого дослідження.

Метою статті є опис проблем і перспектив розвитку ринку органічної овочевої продукції в Україні з позицій малого бізнесу.

Основним завданням ринкоутворюючого розвитку галузі останніх десятиліть є збільшення обсягів аграрного виробництва конкурентоспроможної якісної продукції. Особливість цього двовимірного аспекту пояснює те, що, як ніде в іншій сфері, категорія «якості» знайшла найбільше композиційовання зі змістом поняття «безпека» сільськогосподарської продукції. Значна частина людства завжди небезпідставно піклувалася про задоволення своїх споживчих потреб екологічно чистими продуктами харчування, вирощеними без за-

стосування у технічному циклі компонентів, які є шкідливими для здоров'я або потенційно можуть загрожувати здоров'ю людей [11]. Враховуючи, що останніми роками інтенсивність хімічного, радіаційного й інших видів антропогенного впливу на довкілля продовжує зростати, і це негативно позначається на здоров'ї людей, питання виробництва чистої продукції набуває підвищеної актуальності. У часі зазначена тенденція збігається з актуалізацією «зеленої революції» приблизно з другої половини ХХ ст. Все це диктує необхідність розроблення наукових основ і ефективного органічного овочівництва в Україні [12, с. 451].

З метою визначення цільового сегмента споживачів внутрішнього ринку продукції органічного овочівництва в Україні авторами статті було проведено аналізування соціального статусу відвідувачів сайтів з тематикою органічного сільського господарства влітку 2018 р. На основі цих даних було зроблено висновки про те, що найбільшу аудиторію – до 85 % – складають непостійні клієнти, що цікавляться споживанням органічної продукції, проте наразі цього не здійснюють. Близько 7 % складала цільова аудиторія з вагітних жінок, дітей та хворих дітей, хворих осіб і т. ін., які систематично споживають цю продукцію; близько 5 % – оптові й іноземні клієнти, які відвідували сайти з питань бізнесу; і лише близько 3 % – постійні клієнти, які ведуть здоровий спосіб життя і регулярно споживають саме ці продукти.

Дані табл. 1 надають уявлення про різницю у виробничих витратах і їхню окупність за органічними та традиційними технологіями овочівництва.

Як бачимо, окрім томатів, ефективність органічного овочівництва була істотно вищою. Таким чином, існує біологічний фактор культур, який, очевидно, актуалізує потребу у більш сучасних технологіях чи знаннях, досвіді органічного виробництва.

Проте більш комплексне аналізування вказаних показників дозволяє стверджувати про більш неоднозначні висновки, а саме: виробничі витрати поточного року не описують ефективність процесів у цілому. Суть зазначеного полягає у тому, що сам процес органічного овочівництва потребує додаткових і дуже специфічних накладних витрат. На прикладі 8 сертифікованих господарств Вінницької обл. на цей час було здійснено опис таких витрат, що наведено у табл. 2.

Великий діапазон коливань витрат обумовлений тим, наскільки власник господарства залучає експертів, у т. ч. іноземних, чи виконує частину операцій самостійно; наскільки залучаються консультанти, у т. ч. іноземні; чи задіяні вітчизняні лабораторії чи іноземні; наскільки залучені ресурси, техніка і т. ін. іноземного походження в процесі виробництва; чи здійснюється інспекція виробництва та сертифікація продукції національним представником сертифікаційної фірми чи іноземної; чи використовується власні обладнання для пакування, зберігання чи це здійснюється на орендованих; як відбувається реалізація (оптовим фірмам чи дрібними партіями самостійно або ж зі створенням власного бренду та здійсненням брендингових заходів).

Порівняльні економічні оцінки різних технологій в овочівництві, за 2014–2017 рр.

Культури	Органічні технології*		Традиційні (неорганічні) технології**	
	Витрати, тис. грн/га	Рентабельність виробничих витрат, %	Витрати, тис. грн/га	Рентабельність виробничих витрат, %
Морква	26,9	53,5	32,7	55,9
Капуста	19,1	67,2	25,5	49,3
Цибуля	37,1	94,0	44,3	71,0
Томати***	44,3	15,2	58,4	51,0
Кабачки	16,4	150,0	19,7	116,0

Примітки: * – за даними господарств Вінницької обл. ТОВ «АгронаФрут Лука», ПП «Агротемп+», ФГ Дона О. П., ТОВ «Киянівка», ТОВ «Комарівці», ФОП Кулик С. С., ФОП Мельник В. В., ТОВ «Фітосвіт ЛТД»;

** – за даними сільськогосподарських підприємств Вінницької обл. ТОВ «Агрофірма «Україна – О», СВК «Родина», ТОВ «Осієвське», СТОВ «Мрія», СТОВ «Віта», ТОВ «Деметра»;

*** – низька рентабельність була зумовлена дуже низькою урожайністю у досліджуваний період.

Джерело: авторські дослідження за даними вказаних господарств.

Таблиця 2

Специфічні (додаткові) витрати в органічному овочівництві*, 2016 р.

Статті витрат	Розмір витрат, тис. грн/га
Безпосередньо сертифікація як бюрократичний процес	від 6,5 (на 1 господарство)
Вибір, обстеження та підготовка ділянки	0,7–1,5
Екологічна експертиза рослинних, ґрунтових, водних та ін. зразків	6,0–21,0
Сертифікація вирощеної продукції як органічної	1,5–4,4
Насінництво та вирощування розсади	0,6–3,7
Виробництво та застосування сертифікованих органічних добрив	1,3–5,5
Безпосередньо виробництво	16,0–50,0
Обробка, пакування, зберігання продукції	0,4–1,8
Реалізація продукції	5,0–10,0

Примітки: * – за даними господарств Вінницької обл. ТОВ «АгронаФрут Лука», ПП «Агротемп+», ФГ Дона О. П., ТОВ «Киянівка», ТОВ «Комарівці», ФОП Кулик С. С., ФОП Мельник В. В., ТОВ «Фітосвіт ЛТД».

Джерело: авторські дослідження за даними вказаних господарств.

Наскільки наявність таких додаткових і невід'ємних витрат впливає на ефективність галузі? В табл. 3 узагальнено дані вже вказаних вище господарств за останні 7 років (наявний до цього часу досвід) виробництва органічної продукції овочівництва порівняно з традиційними технологіями за аналогічний часовий відрізок.

Враховуючи, що за останні роки фактор інфляції набув дуже значного розміру, а також відмінностей щодо різних культур у сівознах, які відрізнялися у господарствах, в цьому разі використано індексне порівняння, де за 1,0 в. од. обрано показник традиційних технологій без урахування інфляції. При цьому коливання доходу відображали реальні зміни за рахунок коливання цін та урожайності.

Графічне відображення даних залежностей наведено на рис. 1. Аналізування цих даних дозволяє стверджувати, що розподіл додаткових витрат у часі супроводжує щонайменше 3-річний період відсутності доходів як таких.

При цьому за вказаний період зафіксовано ефект наближеної інтенсивності витрат за обома варіантами, які у разі органічних – мали істотно меншу окупність. Водночас слід підкреслити, що у *поточному* періоді виробництва органічні технології, забезпечуючи меншу урожайність, проте – за рахунок економії щодо добрив і засобів хімізації та вищих цін – характеризувалися значно вищою окупністю витрат.

Звідси випливає також загальний висновок про те, що органічне землеробство потребує принципово нової не тільки технологічної, але й економічної культури оцінювання витрат у коротко- та довгостроковому періоді; це висуває інші вимоги до планування процесів і фаховості бізнесу.

На цей час в Україні в сегменті овочевої продукції відбувається активне становлення органічного ринку, про що свідчить випереджаюча будь-які інші показники АПК динаміка. Тому якоїсь загальної, статистично достовірної картини про відповідний сегмент виробництва і ринку на цей час скласти проблематично. Проте

Індекс витрат та їхньої окупності в органічному та традиційному овочівництві*, в. од.

Роки	Традиційні (неорганічні) технології*		Органічні технології**			
	Витрати	Дохід	Витрати			Дохід
			Додаткові (специфічні витрати)**	Виробничі витрати	Витрати на підготовку ділянки	
1	1,0	1,1	0,7	–	0,1	–
2	1,0	1,7	0,6	–	0,2	–
3	1,0	1,4	0,6	–	0,2	–
4	1,0	1,5	0,4	0,7	–	1,9
5	1,0	1,4	0,4	0,8	–	1,8
6	1,0	1,3	0,4	0,7	–	2,2
7	1,0	1,5	0,4	0,8	–	1,9
Середнє за 7 років	1,0	1,4		1,0		1,1

Примітки: * – за даними с.-г. підприємств Вінницької обл. ТОВ «Агрофірма «Україна – О», СВК «Родина», ТОВ «Осієвське», СТОВ «Мрія», С.-г. ТОВ «Віта», ТОВ «Деметра»;

** – за даними господарств Вінницької обл. ТОВ «АгронаФрут Лука», ПП «Агротемп+», ФГ Дона О. П., ТОВ «Киянівка», ТОВ «Комарівці», ФОП Кулик С. С., ФОП Мельник В. В., ТОВ «Фітосвіт ЛТД».

Джерело: авторські дослідження за даними вказаних господарств.

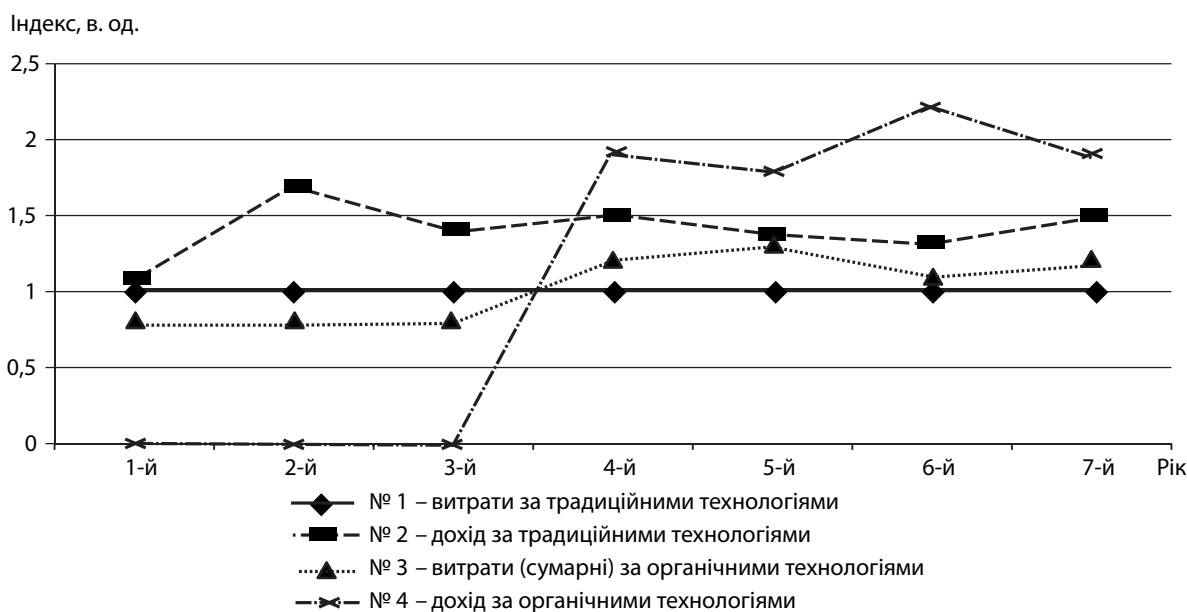


Рис. 1. Опис динаміки витрат і доходів за традиційними та органічними технологіями овочівництва

Джерело: авторська інтерпретація даних табл. 3.

звертаємо увагу, що потенціал такого ринку являє собою більш складну композицію, ніж це традиційно прослідковується за літературними джерелами. Авторське бачення подібної сегментації наведено на рис. 2. Так, за самими загальними даними по Вінницькій обл., на цей час у регіоні функціонує 8 сертифікованих за 3 стандартами підприємства, з яких 1 – ФГ, 3 – ТОВ, 1 – ПП та 3 – ФОП; відповідну посівну площу можна приблизно оцінити у 0,7 тис. га. Водночас кількість суб'єктів, що проходять на цей час сертифікацію, є більшою, ніж у 10 разів (за неповною інформацією – щонайменше близько 60 господарств, з яких близько 90 % – ФГ та інші невеликі за площею організаційні форми). Таким чином, через 1–3

роки навіть за рахунок цієї категорії господарств пропозиція збільшиться більш ніж на порядок [12, с. 470].

Водночас можна стверджувати, що стихійно чи менш упорядковано здійснюється в суттєвих масштабах несертифіковане виробництво органічного овочівництва. За якимись опосередкованими характеристиками, це – тип тіньового сектора економіки, який уникає додаткових витрат із сертифікацією та дотриманням жорстких норм. Існує велика проблема щодо коректного моніторингу цього сектора господарств, але за попередніми оцінками це – значно більший сектор, аніж сертифіковані за відомими стандартами. Сектор представлений, в першу

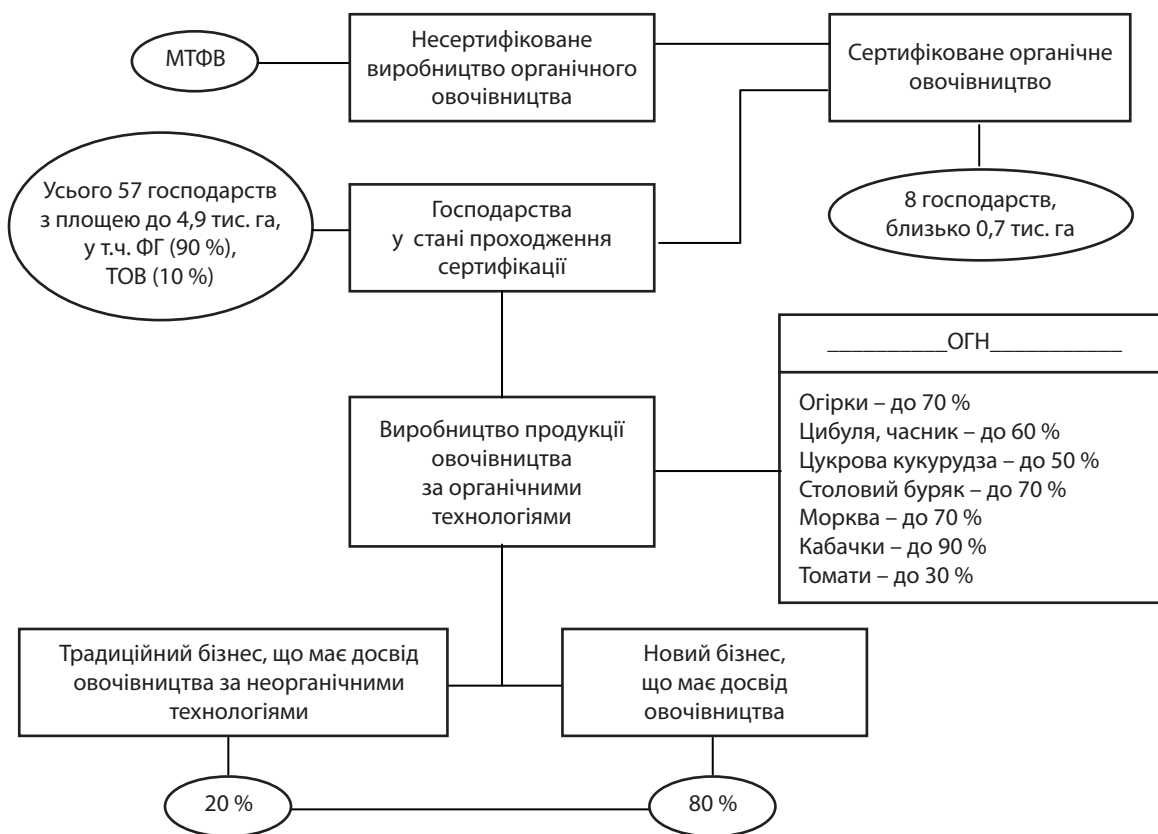


Рис. 2. Структурований потенціал органічного овочівництва (на прикладі господарств Вінницької обл.)

Джерело: авторські дослідження.

чергу, малими товарними формами виробництва. Раніше чи пізніше, але імплементація цієї групи господарств до доступної моніторингової мережі відбуватиметься у міру формалізації ринку, адже відсутність сертифікації безпосередньо обмежує ціни та прибуток.

Маловивченим, але дуже важливим є сектор бізнесу, що представлений насамперед особистими господарствами населення (ОГН), що здійснюють повсюдне і масове виробництво продукції овочівництва за органічними технологіями. Як правило, це здійснюється для особистого споживання. На відміну від попередньої групи господарств, ці, очевидно, не будуть у найближчій перспективі збільшувати товарне виробництво, проте це не зменшує важливості цього сектора. За даними опитувань власників ОГН із спеціалізацією «овочівництво» у Вінницькій обл., не менше третини такого виробництва здійснюється цілеспрямовано за повним або майже повним ігноруванням хімічних засобів захисту та мінеральних добрив. За цими ж даними, вирощується огірків подібним чином до 80 %, цибулі, часнику – до 60 %, цукрової кукурудзи і кабачків – до 90 %, столового буряків і моркви – до 70 %, томатів – до 30 %, овочів на зелень – до 100 %. Здебільшого – це овочівництво відкритого ґрунту. З урахуванням цих цифр і відомої частки ОГН у сучасному вітчизняному овочівництві можна зробити висновки про те, що поширення органічних технологій є більше за декларовану не менше ніж на 25 % [12, с. 471].

Ще однією характерною особливістю є те, що соціально сектор підприємців, що розглядають і планують

вести бізнес за органічними технологіями, близько на 80 % складається із агентів, що не мають досвіду ведення традиційного овочівництва. Суперечливість цього моменту полягає у тому, що, з одного боку, відсутність корисного досвіду доповнюється часто фанатичним тяжінням до ідеології органічного виробництва та способу життя загалом, що є дуже важливим економічним фактором.

Слід додати, що є підстави розглядати наведені пропорції як типові для країни в цілому; більше того, є ряд регіонів із значно розвинутою спеціалізацією овочівництва (насамперед навколо великих міст), де тренд росту, очевидно, представлений ще більшою мірою.

Таким чином, вітчизняний ринок, як показало його вивчення, потребує сучасної інфраструктури. Так, як показало вивчення структури торговельної мережі, попит на органічні овочі цілком задовольняється в спеціалізованих органічних мережах, чий магазини розташовано у великих містах. При цьому, незважаючи на зростання внутрішнього виробництва, українські реалізаційні мережі продовжують віддавати перевагу імпортній продукції. Це можна пояснити: по-перше, відсутністю ефекту «досвіду» ринку, що є тимчасовим явищем; по-друге, тим, що в Україні органічне виробництво є переважно діяльністю малого бізнесу, що ускладнює забезпечення стабільних і повноцінних за обсягами поставок продукції; по-третє, недовірою до вітчизняних виробників на предмет дотримання необхідних вимог.

ВИСНОВКИ

Органічний овочевий ринок – один із перспективних серед інших галузей в Україні. Саме тут останнім часом прослідковується тенденція до збільшення кількості й активності органічних сільських господарств, що має безпосередній прояв також і в овочівництві. Поки що поширення органічного овочівництва в Україні можна оцінити як незначне, проте таке, що має високий потенціал з цілого ряду об'єктивних причин. Потреби в органічному виробництві зростають і зростатимуть. Можна стверджувати, що внутрішній ринок продукції органічного овочівництва в Україні продовжує знаходитися у полі дії невизначених механізмів ціноутворення, наслідком чого є, з одного боку, завищення цін, з іншого, відсутність усталеного сегмента попиту. Повноцінне становлення ринку потребує вирішення цього питання, що буде здійснено з часом у міру розширення пропозиції та під впливом законів ринкового ціноутворення настільки, наскільки це буде можливо за ефекту нееквівалентності ринкового обміну, який такою ж або більшою мірою характерний і для цього сегмента ринку. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Антонець С. С., Писаренко В. М.** Коли Україна зрозуміє свою планетарну місію. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2011. № 2. С. 5–8.
2. **Антонець С. С., Антонець А. С., Писаренко В. М., Опара М. М.** та ін. Органічне землеробство: з досвіду ПП «Агроекологія» Шишацького району Полтавської області. Полтава: Камелот, 2010. 198 с.
3. **Артиш В. І.** Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні. *Економіка АПК*. 2009. № 2. С. 117–120.
4. **Дейнеко Л. В., Хлобистов Є. В.** Екологічно чиста продукція у системі стратегічних орієнтирів сталого розвитку агропромислового комплексу. *Вісник СНУ. Серія: Економіка та менеджмент*. 2005. № 3–4. С. 84–91.
5. **Дубовий В. І., Ткалич В. В.** Фітотронно-тепличні комплекси як агроекологічна модель органічного землеробства. *Органічне виробництво і продовольча безпека*. 2013. С. 402–406.
6. **Амеліна Ю. С.** Економічний розвиток сільськогосподарських підприємств органічного овочівництва та плодівництва: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Дніпропетровськ, 2016. 216 с.
7. **Безус Р. М.** Організаційно-економічні засади ефективного розвитку органічного агровиробництва: монографія. Дніпропетровськ: Лізунов Пресс, 2014. 380 с.
8. **Гіль Л. С., Пашковський А. І., Суліма Л. Т.** Сучасні технології овочівництва закритого і відкритого ґрунту: навч. посіб. Ч 1. Закритий ґрунт. Вінниця: Нова Книга, 2008. 368 с.
9. **Корнієнко С. І., Вітамінов О. Д., Муравйов В. О., Кондратенко С. І., Рудь В. П.** Органічне овочівництво – стратегія розвитку // Сучасний стан та перспективи розвитку сучасного овочівництва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (20 лип. 2016 р.). Харків: Плейда, 2016. С. 3–10.
10. **Ульянченко О. В., Безус Р. М.** Проблеми та тенденції розвитку органічного овочівництва і плодівництва в Україні. *Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. Серія: Економічні науки*. 2016. № 2. С. 23–32.
11. **Логоша Р. В., Підвальна О. Г.** Фактори розвитку ринку продукції органічного овочівництва в Україні. *Інтернаука*. 2018. № 11. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/2018/11/3949>

12. **Логоша Р. В.** Розвиток ринку овочевої продукції в Україні: теорія, методологія, практика: дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. Житомир. 2018. 669 с.

REFERENCES

- Amelina, Yu. S. "Ekonomichniy rozvytok silskohospodarskykh pidpriemstv orhanichnoho ovochivnytstva ta plodivnytstva" [Economic development of agricultural enterprises of organic vegetable growing and horticulture]: dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04, 2016.
- Antonets, S. S. et al. Orhanichne zemlerobstvo: z dosvidu PP «Ahroekolohiia» Shyshatskoho raionu Poltavskoi oblasti [Organic farming: from the experience of PE "Agroecology" of Shishatsky district of Poltava region]. Poltava: Kamelot, 2010.
- Antonets, S. S., and Pysarenko, V. M. "Koly Ukraina zrozumiie svoiu planetarnu misiiu" [When Ukraine will understand its planetary mission]. *Visnyk Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii*, no. 2 (2011): 5-8.
- Artysh, V. I. "Orhanizatsiino-ekonomichni peredumovy formuvannya rynku ekolohichno chystoi produktsii v Ukraini" [Organizational-economic prerequisites for the formation of a market of environmentally friendly products in Ukraine]. *Ekonomika APK*, no. 2 (2009): 117-120.
- Bezus, R. M. Orhanizatsiino-ekonomichni zasady efektyvnoho rozvytku orhanichnoho ahrovirobnytstva [Organizational and economic principles of effective development of organic agricultural production]. Dnipropetrovsk: Lizunov Press, 2014.
- Deineko, L. V., and Khlobystov, Ye. V. "Ekolohichno chysta produktiia u systemi stratehichnykh oriyentyriv staloho rozvytku ahropromyslovoho kompleksu" [Ecologically pure products in the system of strategic landmarks sustainable development of the agro-industrial complex]. *Visnyk SNU. Seriya: Ekonomika ta menedzhment*, no. 3-4 (2005): 84-91.
- Duboviy, V. I., and Tkalych, V. V. "Fitotronno-teplychni komplekxy yak ahroekolohichna model orhanichnoho zemlerobstva" [Phytotron-greenhouse complexes as an agroecological model of organic farming]. *Orhanichne vyrobnytstvo i prodovolcha bezpeka*, no. 3-4 (2013): 402-406.
- Hil, L. S., Pashkovskiy, A. I., and Sulima, L. T. Suchasni tekhnolohii ovochivnytstva zakrytoho i vidkrytoho gruntu [Modern technologies of vegetable growing in closed and open ground]. Part 1: Zakrytyi grunt. Vinnytsia: Nova Knyha, 2008.
- Korniienko, S. I. et al. "Orhanichne ovochivnytstvo - stratehiia rozvytku" [Organic vegetable growing is a development strategy]. *Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku suchasnoho ovochivnytstva*. Kharkiv: Pleiada, 2016. 3-10.
- Lohosha, R. V. "Rozvytok rynku ovochevoi produktsii v Ukraini: teoriia, metodolohiia, praktyka" [Development of the market of vegetable products in Ukraine: theory, methodology, practice]: dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.03, 2018.
- Lohosha, R. V., and Pidvalna, O. H. "Faktory rozvytku rynku produktsii orhanichnoho ovochivnytstva v Ukraini" [Factors of development of the market of organic vegetable production in Ukraine]. *Internauka*. 2018. <https://www.inter-nauka.com/issues/2018/11/3949>
- Ulianchenko, O. V., and Bezus, R. M. "Problemy ta tendentsii rozvytku orhanichnoho ovochivnytstva i plodivnytstva v Ukraini" [Problems and trends of organic vegetable growing and fruit growing in Ukraine]. *Visnyk KhNAU im. V. V. Dokuchaieva. Seriya: Ekonomichni nauky*, no. 2 (2016): 23-32.