

Levchenko, I. V. (2023). World market of organic products: Well-known trademarks and brands. *Actual Issues of Modern Science. European Scientific e-Journal*, 25, 72–81. Ostrava. (In Ukr.)

DOI: 10.47451/man2023-06-01

The paper is published in Crossref, ICI Copernicus, BASE, Zenodo, OpenAIRE, LORY, Academic Resource Index ResearchBib, J-Gate, ASCI, ISI International Scientific Indexing, JournalsPedia, ADL, Mendeley, WebArchive databases.



Iryna V. Levchenko, Ph.D. in Management and Administration, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Tourism, National University “Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic”. Poltava, Ukraine.
ORCID 0000-0001-7068-8320

World Market of Organic Products: Well-Known Trademarks and Brands

Abstract: Organic production has long been an integral part of farming. It is organic products that allow not only to provide society with healthy food, but also to protect the ecosystem from artificial destruction caused by humans a long time ago. The world market of organic products is growing every year, as shown by the main indicators of the increase in land areas for organic production and sales. Just as the market itself has already been formed and, accordingly, the manufacturers who have been working on it since the first years of the market's formation have already built their own networks and become well-known. Consumers already choose a proven product, which is quite easy to find on the market, because such manufacturers took care of creating their own trademarks and, eventually, “organic” brands. Therefore, we see the need to get to know in more detail the owners of trademarks and brands of organic products presented on the international arena. The study subject is the theoretical and practical principles of organic brand formation. The study object a of the market of organic products in the world (trademarks and brands). The study purpose is to review and establish the most famous trademarks and brands of organic products not only in the world, but also in Ukraine. Study methods were general scientific and special research methods, including analytical, dialectical, statistical and sociological analysis, systemic approach. The analysis of the market of organic products is covered in the publications of Ukrainian scientists O. Minyailo, A. Nesterets, R. Bezus, N. Buga, I. Yanenkova, D. Zakharova, I. Bilotkach, Yu. Zavadzka, N. Stovolos, O. Khodakivska, Yu. Lupenko, V. Granovska, I. Sidelnikova and others. However, the review of specific trademarks and brands of organic products can be found only in separate publications, so this determined the relevance of our work. We considered the peculiarities of the production of organic products and analyzed the organic market. The main international brands of organic products from such countries as: USA, Argentina, Great Britain, Spain, Italy, Poland, China, Japan and others are singled out. And the main producers of Ukrainian organic products, represented by such trademarks and brands as: “Organic Milk” (organic dairy products), “Danube agrarian” (plant products (vegetables), “Spring drops” (ToV “Lilak”) (juice)), “Stary Porytsk” (crops, livestock and dairy products), “Ethno Product” (crops, livestock and dairy products), “Ekorod” (crops), “Skvyryanka” (crops), “Organic Meat” (animal husbandry products), “BiFood” (TOV “Terra”) (crop products, milk, groceries), “BigBlue” SVK “Yagidky” (berries), TM “Kozub Produkt Organica” (plant products), “Organic Terra” (crop production), TM “OSYO” (crop production), “Agro Staritsa” (crop production), “Organic Country” (crop production, cereals). It has been proven that the market of organic products is formed, because it is represented by a wide selection of TM and brands on the world arena.

Keywords: trademark, brand, advertising, organic products, market.

Левченко Ірина Василівна, доктор філософії, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Полтава, Україна.
ORCID 0000-0001-7068-8320

Світовий ринок органічних продуктів: відомі торгові марки та бренди

Анотація. Органічне виробництво давно стало невід'ємною частиною ведення сільського господарства. Саме органічні продукти дозволяють не лише забезпечити суспільство здоровим харчуванням, а й вберегти екосистему від шкідливого руйнування, що давно спричинене людьми. Світовий ринок органічних продуктів з кожним роком зростає про це говорять нам основні показники збільшення земельних площ під органічне виробництво та продажі. Так, як сам ринок уже сформований і відповідно виробники, які з перших років формування ринку працюють на ньому уже побудували власні мережі та стали пізнаваними. Споживачі ж уже обирають перевірений продукт, який досить легко знайти на ринку, адже такі виробники потурбували про створення власних торгових марок та з часом й брендів «органік». Тож ми бачимо за необхідність більш детально познайомитися з власниками торгових марок та брендів органічної продукції, що представлені на міжнародній арені. Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади формування органічного бренду. Об'єкт — дослідження ринок органічних продуктів світу (торгові марки та бренди). Мета — огляд та встановлення найбільш відомих торгових марок та брендів органічної продукції не лише у світі, а й в Україні. Методи дослідження: загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, серед яких — аналітичний, діалектичний, статистичний та соціологічний аналіз, системного підходу. Аналіз ринку органічних продуктів висвітлено у публікаціях українських вчених О. Міняйло, А. Нестерець, Р. Безус, Н. Буга, І. Яненко, Д. Захарова, І. Білоткач, Ю. Завадська, Н. Стоволос, О. Ходаківська, Ю. Лупенко, В. Грановська, І. Сидельнікова та інші. Проте, огляд саме торгових марок та брендів органічної продукції можна зустріти лише в окремих публікаціях, тож це і визначило актуальність нашої роботи. Нами розглянуто особливості виробництва органічної продукції та проаналізовано органічний ринок. Виокремлено основні міжнародні бренди органічної продукції серед таких країн як: США, Аргентина, Великобританія, Іспанія, Італія, Польща, Китай, Японія та інші. А також виділено основних виробників української органічної продукції, що представлені такими торговими марками та брендами як: “Organic Milk” (органічна молочна продукція), “Danube agrarian” (рослинна продукція (овочі, “Spring drops” (ТОВ «Лілак») (сік), “Старий Порицьк” (рослинництво, тваринництво та виробництво молочної продукції), “Етно Продукт” (рослинництво, тваринництво та виробництво молочної продукції), “Екород” (продукція рослинництва), “Сквирянка” (продукція рослинництва), “Organic Meat” (продукція тваринництва), “BiFood” (ТОВ “Терра”) (продукція рослинництва, молоко, бакалія), “BigBlue” СВК “Ягідки” (ягоди), ТМ “Козуб продукт Органіка” (продукція рослинництва), “Organic Terra” (продукція рослинництва), ТМ “ОСЬО” (продукція рослинництва), “Агро Стариця” (продукція рослинництва), “Organic Country” (продукція рослинництва, крупи). Доведено, що ринок органічних продуктів є сформованим, адже представлена широким вибором ТМ та брендів на світовій арені.

Ключові слова: торгова марка, бренд, реклама, фірмовий знак, органічна продукція, ринок.

Вступ

Постановка проблеми. Сучасний світ швидко розвивається, а ринкова конкуренція стає все дедалі жорсткішою. Тому підприємці вдаються до багатьох маніпуляцій починаючи від зміни якості товарів, упаковки, сервісу, реклами до чорного піару, все це обумовлює одну проблему, на скільки дійсно є якісно продукція яку отримує кінцевий споживач.

Якщо говорити про харчову промисловість, то на сьогоднішній день все більшої популярності набувають еко-, біо- та органічна продукція. Всі ці поняття є дещо тотожними, проте і відрізняються такими моментами як: вирощування та сертифікація. Виробляючи та споживаючи дійсно екологічно чисті продукти, ми не лише наповнюємо свій організм корисними елементами, а й забезпечуємо відновлення навколишнього середовища, зберігаючи наші ґрунти та екосистему.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади формування органічного бренду.

Об'єкт – дослідження ринок органічних продуктів світу (торгові марки та бренди).

Мета – огляд та встановлення найбільш відомих торгових марок та брендів органічної продукції не лише у світі, а й в Україні.

Методи дослідження: загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, серед яких – аналітичний, діалектичний, статистичний та соціологічного аналізу, системного підходу.

Аналіз ринку органічних продуктів висвітлено у публікаціях українських вчених О. Міняйло, А. Нестерець, Р. Безус, Н. Буга, І. Яненко, Д. Захарова, І. Білоткач, Ю. Завадська, Н. Стоволос, О. Ходаківська, Ю. Лупенко, В. Грановська, І. Сідельнікова та інші. Проте, огляд саме торгових марок та брендів органічної продукції можна зустріти лише в окремих публікаціях, тож це і визначило актуальність нашої роботи. Тож пропонуємо у даній статті розібратися більш детально з таким поняттям як «органічна» продукція та проаналізувати основних гравців на ринку, що не лише виробляють таку продукцію, а й є уже досить відомі на міжнародній арені під певними торговими марками (ТМ) та брендами.

Результати

Термін «органічний» в органічних продуктах харчування означає, що продукти вирощені без будь-яких штучних хімікатів, гормонів, антибіотиків або генетично модифікованих організмів. Щоб вважатися органічним, він не повинен містити штучних харчових добавок. Це включає в себе штучні підсолоджувачі, консерванти, барвники, ароматизатори та глутамат натрію (MSG). Органічне виробництво практикується в 191 країні світу, а понад 76 мільйонів гектарів сільськогосподарських угідь обробляються відповідно до органічних стандартів та щонайменше 3,7 мільйонами фермерів. На кінець 2022 року світові продажі органічних продуктів харчування та напоїв досягли майже 125 мільярдів євро. 24-те видання «Світ органічного сільського господарства», опубліковане Дослідницьким інститутом органічного сільського господарства «FiBL» та «IFOAM — Organics International» (*FiBL...*, 2023; *Буряк та Левченко, 2022*), пропонує вичерпний огляд поточних і нових тенденцій в органічному сільському господарстві в Африці, Азії, Європі, Латинській Америці, Північній Америці та Океанії та звіти про кілька країн: Австралію, Канаду, Кенію, Нову Зеландію, Сполучені Штати та Україну.

Загалом за підсумками 2021 року Україна експортувала 261 тис. тонн органічної продукції на суму близько 220 млн. дол. США до більше 30 країн світу. Найбільшими країнами-імпортерами української органічної продукції у зазначений період були Нідерланди, Польща, США, Німеччина, Литва, Австрія, Швейцарія, Велика Британія,

Італія, Данія. Українські органічні виробники також експортували в деякі азійські країни, зокрема в Китай, Японію та Малайзію, а також в Об'єднані Арабські Емірати.

Основними експортними органічними продуктами з України, які постачалися на міжнародні ринки, були зернові, олійні та ягоди. Також експортувалися макуха соняшника, олія соняшникова, прот соняшниковий, яблучний концентрат, пшоно, овочі та фрукти. Загалом, більше 80 найменувань органічних товарів експортувалося з України у 2021 році (*Obolenskyi et al., 2021; Швейцарсько-українська програма..., 2022*).

2022 року Україна ж змогла встояти на органічному ринку попри військові дії на її території та знайшла нових партнерів. Українським виробникам органічної продукції допомагають партнери (*Рисунок 1*).

Поряд із підтримкою з-за кордону, яку вже надали Україні, зокрема, Велика Британія, Німеччина та Литва, критично важливою є допомога, яку надаватиме і вже надає своїм суб'єктам господарювання сама українська держава.

Таким чином, ми можемо спостерігати, що ринок органічних продуктів не стоїть на місці, а постійно розвивається. Тому пропонує більш детально проаналізувати діючі на ринку торгові марки та бренди міжнародних та вітчизняних виробників.

Органічні продукти харчування, які найчастіше купують, це фрукти, овочі, м'ясо, молочні продукти та зернові. Тому зосередимося на різних брендах органічних продуктів харчування (*Top 55+ ..., 2023*). Так, наприклад бренд «Amy's Kitchen», країна походження: Сполучені Штати Америки. Amy's Kitchen було відкрито в 1987 році з метою збереження органічних, місцевих і екологічних продуктів. Вони вважаються експертами у виробництві органічних заморожених продуктів без ГМО. «Amy's Kitchen» в США є однією з перших, хто зайнявся виробництвом органічних продуктів на ринку США. Знайти їхню продукцію можна під простим логотипом зеленим написом на білому фоні (*Рисунок 2*).

Наступним брендом, є також представник США, а саме «Impossible Foods». Компанія «Impossible Foods» була заснована в 2011 році біохіміком Патріком О. Брауном, який робить неможливе, створюючи м'ясні продукти без м'яса, які мають смак, запах і відчуття саме як м'ясо. Зараз вони постачають продукцію в 1500 ресторанів у Сполучених Штатах, а також у певні продуктові мережі. Найкращим прикладом неможливого харчового продукту, який змінює принципи життя, є неможливий гамбургер, виготовлений із пшениці, картоплі та кокосової олії. Бренд відомий під логотипом (*Рисунок 3*).

Не дивлячись на те, що США популярна своїми фаст-фудами, органічних виробників у країні не менше, наприклад бренд «Daiya Foods». Він був заснований у 2008 році і є одним із піонерів у розробці смачних сирів. Деякі з їхніх апетитних страв: вершковий сир, альтернативи грецькому йогурту, стильні спреди та піца. Чізкейки можна подавати як альтернативу сиру. Безглютенові та безмолочні продукти – це їжа, яку славить «Daiya Foods» (*Рисунок 4*).

Бренд «Ripple Foods», країна походження: Сполучені Штати Америки. Компанія «Ripple Foods» створила революційне рослинне молоко «Ripple», поживне та смачне. Більшість інших молочних продуктів рослинного походження містять більше цукру, ніж молоко «Ripple». Крім того, він використовує набагато менше води порівняно з молоком і підтримує стратегію половинного вуглецевого сліду. Це придатний для веганів продукт, який не містить лактози, горіхів і глютену, і не містить ГМО рослин (*Рисунок 5*).

«Horizon Organic Hi ZacHi Zach» – це американська компанія, заснована в 1991 році і є найбільшим виробником органічного молока в Північній Америці. Вона також продає інші продукти на основі молока, як-от сир, масло та йогурт. Міністерство сільського господарства США затверджує бренд як органічний, що не містить добавок. Він виробляє органічне молоко на понад 700 фермах, і навіть корову годують органічними кормами (Рисунок 6).

Перейдемо до відомих брендів країн Європи. І першим таким буде «Organix», країна: Великобританія. Organix — британська компанія дитячого харчування, заснована Ліззі Ванн. Вона готує органічне, поживне дитяче харчування з 1992 року. Вони мають широкий вибір дитячого харчування у своєму асортименті, від зернових до вівсяних та різноманітних чудових продуктів. Штучні барвники, хімічні речовини, консерванти та пестициди без додавання солі чи цукру — це продукти, які цей бренд не використовує (Рисунок 7).

«Yeo Valley», країна: Великобританія. Молочна ферма в Сомерсеті, яка стала загальновідомою та улюбленою в супермаркетах. Yeo Valley є одним із найбільш продаваних органічних брендів (Рисунок 8) у Великобританії. Вони відомі своїми високоякісними органічними йогуртами, а також роблять молоко, вершки, масло та фруктові компоти.

Бренд «Alelor», країна походження: Франція. Компанія «Alelor» (Рисунок 9) є виробником, заснована в 1873 році та працює в галузі дієтичних та органічних продуктів. Вона також працює в галузі органічних харчових приправ, екстрактів і спецій, гірчиці та хрону. Її штаб-квартира знаходиться в Мітесхаймі, Франція.

І знову подорожуємо Францією, бренд «Bissardon jus de Fruits» S.A.S. (Рисунок 10), виготовляє свіжі соки ручної роботи та продаж на 100% чисті та органічні. У них є широкий асортимент фруктових соків, які пропонують «традиційні» фруктові соки: апельсиновий, яблучний, виноградний, томатний; дрібно купажовані соки: яблучно-айвовий, яблучно-чорносмородиновий, а також інші чудові смаки.

Наступною країною до огляду будуть Нідерланди та бренди (Рисунок 11) (Топ 55+..., 2023): «Divine Foods», «Royal Natural Foods», «Nutriboost». «Divine Foods» – цей бренд рухався з наміром створити найкращу органічну їжу. «Divine Foods» продається на 25 ринках світу. Вони виробляють великий вибір горіхів, насіння, сухофруктів і супер продуктів на своїх полях. Девіз компанії полягає в забезпеченні справедливої торгівлі, етичних і органічних продуктів, які забезпечать задоволення споживачів, а також зроблять планету стійкою. «Royal Natural Foods» — бренд відомий тим, що постачає велику кількість харчових і кормових інгредієнтів по всьому світу. Дві компанії разом створили «Royal Natural Foods». Вони забезпечують своїх клієнтів продукцією відмінної якості безпосередньо з чистих сільськогосподарських угідь, розташованих в горах Анд, безпосередньо до виробників продуктів харчування, магазинів і пекарів у різних місцях на Землі. Бренд «Nutriboost», є оптовиком, заснованим у 2013 році, який займається органічною харчовою промисловістю. Він також працює в галузі оптової торгівлі органічними продуктами харчування та харчовими добавками. Його штаб-квартира знаходиться в Роттердамі, Нідерланди.

Скандинавські країни хоч і відомі своїм холодом та рибою, проте і органічні продукти тут все ж виробляють, так у Норвегії є відомий бренд «Validus Wholesale» A.S. (*Рисунок 12*). Компанія «Validus Engros, AS» є оптовиком, який працює в галузі дієтичних та органічних продуктів. Вона також працює в галузі харчування та охорони здоров'я. Базується в Мьондалені, Норвегія.

В Іспанію також свої не менш відомі виробники органічних продуктів, серед яких ви можете зустріти так як (*Топ 55+..., 2023*): «Biobendis», «Green and Whim, S.L.» та «Okami Bio». «Biobendis» — це бренд, що є комерційним бізнесом, він надає звичайним людям найкращий вибір органічних продуктів і продуктів харчування. Штаб-квартира компанії розташована в Мадриді, Іспанія, і доставляє свою продукцію по всьому ЄС. Клієнти можуть скористатися цікавими знижками, безкоштовною доставкою або дуже низькими цінами. Девіз компанії: «Bueno para ti, Bueno para la Tierra», що означає «Добре для вас, добре для Землі».

Бренд «Green and Whim, S.L.» — це міжнародна продуктова онлайн-платформа, яка була створена в січні 2013 року і належить компанії «Green and Whim, S.L.», NIF B65947855. За Naturecorpo.com стоїть команда професіоналів, яка робить ставку на особистий добробут завдяки широкому асортименту натуральних олій, косметики, дієтичних і харчових добавок. Їх слоган «Побалуйте себе за невеликі гроші» говорить про те, що їхня мета — залучити всіх бажаючих до зорового харчування.

«Okami Bio» — це ринок органічних супер продуктів. Їхня продукція містить 100% органічні сирі харчові інгредієнти та порошкові продукти з одного супер продукту, а також спеціально розроблені порошкові суміші супер продуктів. Вони продають органічні протеїнові порошки та порошкові зелені супер-фуди.

Крім вище названих брендів на світовому ринку органічних продуктів можна зустріти продукцію під наступними назвами: «Pasta Jesce», «Trafilari», «Pasta Fiorillo, S.A.S.» (Італія), «Roland» (Польща), «Organic Life Est» (Саудівська Аравія), «Organic India», «Plum Organic», «Organic Tattiva», «Just Organic», «24 Mantra», «Vision Fresh», «Conscious Food», «Down To Earth» (Індія), «Unhwa Corporation», «Cheongwon Organic Co., Ltd.» (Південна Корея), «Organic Latin America» (Аргентина), «Hikari Miso Co., Ltd.», «Murase Inc.», «Terra Foods» (Японія), «Kiah Organic & Whole Foods. Warehouse» (Австралія) (*Топ 55+..., 2023*).

Україна ж у свою чергу не менш відома своїми торговими марками та брендами органічної продукції. Для прикладу в 2023 році на відомій виставці у німецькому місті Нюрнберг Україна була представлена масштабним Національним павільйоном загальною площею 188 м² (стенд 4А–511 та 4А–405) (*Українські органіки..., 2023*; *BIOFACH, 2022*; *Агрополіт, 2022*). Розкривали експортний потенціал України 23 компанії-учасниці Павільйону що представлені у таблиці (*Таблиця 1*).

Так, наприклад ТОВ «Арніка Органік» представляється на ринку під брендом «Arnika organik», що має широкий асортимент органічної продукції, розвинену мережу збуту, доконало сформовану маркетингову діяльність починаючи від офіційного сайту до власного бренду та логотипу кампанії (*Рисунок 13*).

Досить давно на органічному ринку відома і компанія ТОВ «Органік оригінал», що відома своєю торговою маркою «Екород», також є і першопроходьці в органіці, до прикладу ТОВ «Діамант ЛТД» (*Новицька, 2019*), що відомий торговою маркою «Козуб

продукт-органіка» (Рисунок 14), тривалий час виробник також брав постійну участь у виставці в Німеччині та представляв свою продукцію загалом. Власна торгова марка чи бренд формуються з часом, тому не кожен виробник може бути настільки досконало сформованим, особливо у такому вузькому напрямі як виробництво органічної продукції.

На українському органічному ринку можна нарахувати понад 15 відомих тогових марок та брендів органіки, таких як: «Organic Milk» (органічна молочна продукція), «Danube agrarian» (рослинна продукція (овочі, «Spring drops» (ТОВ «Лілак») (сік), «Старий Порицьк» (рослинництво, тваринництво та виробництво молочної продукції), «Етно Продукт» (рослинництво, тваринництво та виробництво молочної продукції), «Екород» (продукція рослинництва), «Сквирянкa» (продукція рослинництва), «Organic Meat» (продукція тваринництва), «BiFood (ТОВ «Терра»)» (продукція рослинництва, молоко, бакалія), «BigBlue» СВК «Ягідки» (ягоди), ТМ «Козуб продукт Органіка» (продукція рослинництва), «Organic Terra» (продукція рослинництва), ТМ «ОСЬО» (продукція рослинництва), «Агро Стариця» (продукція рослинництва), «Organic Country» (продукція рослинництва, крупи) (ORGANIC'22..., 2022). Великим асортиментом представлено органічну продукцію українських виробників, а головне, що вона користується попитом не лише серед вітчизняних споживачів, а закордонних.

Висновок

Вище представлені торгові марки та бренди органічних виробників доводять нам, що такий маленький сегмент сільськогосподарського виробництва, як органіка може завоювати свою нішу на ринку. І не зважаючи на ті перешкоди, що постають серед виробників (перехід на органічні землі, сертифікація, пошук ринку збуту, завоювання довіри споживача) ми можемо з впевненістю стверджувати, що вони становитимуть гідну конкуренцію виробникам традиційної продукції. Наведені нами торгові марки та бренди органічної продукції, це лише частина нашого дослідження на ринку їх представлено значно більше. Дані бренди несуть дещо більше для споживача, не просто продукт, а можливість зберегти наше навколишнє середовище та забезпечити населення якісними продуктами, хоча такий вид продукції як «органіка» приносить і хороший дохід та відповідає соціально-екологічній орієнтованості ведення бізнесу, але дане питання буде висвітлено нами у наступних публікаціях.

Конфлікт інтересів

Автор заявляє, що конфлікту інтересів немає.

Список джерел інформації:

- BIOFACH. (2022). <https://www.biofach.de/en>
FiBL — Downloads & Shop. (2023). <https://www.fibl.org/en/shop-en/1254-organic-world-2023>
Obolenskyi, O. Buriak, A., Novytska, I., & Novytska, K. (2021). An influence of foreign investments on the development of organic production in Ukraine. *Economy and Region*, 4(83), 6–11.
<http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2472/1940>

- ORGANIC'22: ТОП-15 органічних брендів України. (2022). [ORGANIC'22: Top 15 organic brands in Ukraine] (In Ukr.). <https://brandstory.com.ua/specproekty/organic-22/organic-22-top-15-organichnih-brendiv-ukraini>
- Top 55+ Best Organic Foods Brands in the World. (2023). *Benextbrand*. <https://benextbrand.com/organic-foods-brands-in-the-world/>
- Агрополіт. (2022). [Agropolit] (In Ukrainian). <https://agropolit.com/spetsproekty/826-ekologichni-agrotrendi-ukrayina-zaprovadjuje-pidtrimku-dlya-virobnikiv-organichnoyi-produktsiyi-a-yes-robit-stavku-na-spojivachiv>
- Буряк, А., Левченко, І. В. (2022). Еко-інноваційний розвиток сільськогосподарського виробництва. *Environment Recovery and Reconstruction: War Context 2022*, с. 63-64. [Buriak, A, & Levchenko, I. V. (2022). Eco-innovative development of agricultural production. *Environment Recovery and Reconstruction: War Context 2022*, 63–64.] (In Ukr.). <http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/12029>
- Новицька, І. В. (2019). Управління просуванням органічної продукції через канали розподілу // Проблеми системного підходу в економіці. Вип. 5(73), с. 156-161. [Novytska, I. (2019). Organic products promotion management through distribution channels. *The Problems of Systematic Approach in the Economy*, 5(73), 156–161.] (In Ukra.). <http://reposit.pntu.edu.ua/handle/PoltNTU/6606>
- Українські органіки отримали на BIOFACH 2023 понад 40 домовлених партнерств – AgroTimes. (2023). [Ukrainian organic companies received more than 40 agreed partnerships at BIOFACH 2023 — AgroTimes]. (In Ukr.). <https://agrotimes.ua/agromarket/ukrayinski-organiky-otrymaly-na-biofach-2023-ponad-40-domovlenyh-partnerstv/>
- Швейцарсько-українська програма «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України». (2022). [Swiss-Ukrainian program “Development of Trade with Higher Added Value in the Organic and Dairy Sectors of Ukraine”] (In Ukr. and Eng.). <https://qftp.org/>
-

Додатки

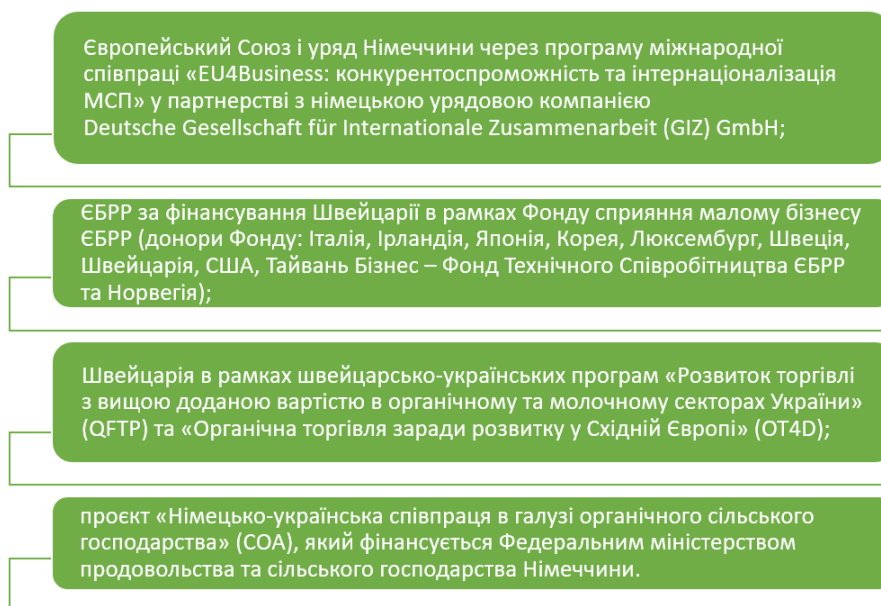


Рисунок 1. Рисунок 1. Перелік партнерів України у сфері органічного виробництва



Рисунок 2. Логотип бренду “Amy’s Kitchen”



Рисунок 3. Логотип бренду “Impossible Foods”



Рисунок 4. Логотип бренду “Daiya Foods”



Рисунок 5. Логотип бренду “Ripple Foods”



Рисунок 6. Логотип бренду “Horizon Organic Hi ZacHi Zach”



Рисунок 7. Логотип бренду “Organix”



Рисунок 8. Логотип “Yeo Valley”



Рисунок 9. Логотип бренду “Alelor”



Рисунок 10. Логотип бренду “Bissardon jus de Fruits” SAS



Рисунок 11. Відомі бренди органічних продуктів у Нідерландах



Рисунок 12. Бренд компанії “Validus Engros” AS



Рисунок 13. Логотип бренду “Arnika organic” (Україна)



Рисунок 14. Торгова марка «Козуб продукт-органік» (Україна)

Таблиця 1. Перелік українських виробників-учасників виставки

Перелік компаній		
ТОВ «Арніка Органік»	ТОВ «ХІМЕКС ЛТД» / ТМ «ProOrganica»	ТОВ «Агрофірма ПОЛЕ»
ТОВ «УКР-ВОЛНАТ»	ПП «Агроекологія»	ПП «Галекс-Агро»
ТОВ «Катанзаро Євразія» ТМ «Alta Kraina»	ТОВ «УКРОЛІЯ»	ТОВ «Дунайський аграрій»
ТОВ «Красногірський олійний завод»	Група компаній «УКРБІОЛЕНД»	ТОВ «Органік Оригінал» ТМ «Енород»
ТОВ «ВІ ЕФ АЙ ОІЛС ФОР ЛАЙФ УКРАЇНА»	ТОВ «АЛЪТЕ Фудз»	ТОВ «Сав Агро Партнер»
ТОВ «Поділляагробізнес»	ФГ «Еко Беррі»	ТОВ «СИЛА ПРИРОДИ»
ТОВ «ОГО Фуд»	ТОВ «АВІС»	ТОВ «Дніпропетровська продовольча компанія «Вайз»
ФГ «Макишинський сад»	ДП «МНТЦ» «АГРОБІОТЕХ» НАН України та МОН України	