

[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-49](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-49)

УДК 631.147(043.5)

Віталій ШАРКО

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

<https://orcid.org/0000-0001-5830-8911>

e-mail: vorfahr@ukr.net

Надія АНДРУСЕНКО

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

<https://orcid.org/0000-0003-3746-6202>

e-mail: NadiaIvchenko@ukr.net

Світлана СІРЕНКО

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

<https://orcid.org/0000-0003-3083-6151>

e-mail: s.sirenko@vtei.edu.ua

ІНСТИТУЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У роботі систематизовано складові елементи інституційного механізму розвитку ринку органічної продукції. Визначено об'єкти, суб'єкти, інститути, інструменти. Запропоновано схему інституційного механізму розвитку ринку органічної продукції.

Ключові слова: механізм, ринок, органічна продукція, складові елементи.

Nadiia ANDRUSENKO, Vitalii SHARKO, Svitlana SIRENKO

Vinnitsia Trade and Economic Institute of State University of Trade and Economics

INSTITUTIONAL MECHANISM OF ORGANIC PRODUCT MARKET FORMATION

The article systematizes the constituent elements for the formation of the mechanism of development of the domestic market of organic products.

Public awareness and the ever-increasing need for safe food products will make it possible to predict the growth of the volume of production/sale both on the domestic market and export of products. Taking into account the significant amount of work of scientists in the direction of developing the mechanism of formation of the market of organic products, it is important and necessary to systematize its constituent elements.

The conditions for the development of organic production are compliance of the organic system of agriculture and agricultural products with certain standards, which makes it possible to label products accordingly and sell them as organic. In this context, the development of the mechanism of market formation and stimulation of the development of agricultural enterprises - producers of organic products - is of great importance.

Based on the understanding of the essence of the institutional mechanism presented in scientific developments, we can formulate our own vision of the institutional mechanism of the formation of the organic agriculture products market. This mechanism is a system of ensuring the interaction of market subjects, institutions of the state, law, power, competition, trust, aimed at supporting the processes that lead to filling the market with organic food, preserving the environment and developing the national economy.

The scheme presented in the article reveals the relationship and interrelationship of all elements of the institutional mechanism, namely: the goal and methods of its achievement; objects (producers and consumers of organic products) to which the action of the subjects of the institutional mechanism (bodies of state power, local self-government, public organizations, management of enterprises) is directed with the help of tools (legislative, administrative, organizational, informal) and through the mediation of formal and informal institutions (institutions of the state, law, power, competition, trust, etc.). The proposed interpretation of the institutional mechanism of the formation of the market for organic agriculture products made it possible to single out the main processes, through the effective implementation of which the goal should be achieved - saturation of the market with organic food, preservation of the environment, harmonious human development.

Keywords: mechanism, market, organic products, components

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Умовами розвитку органічного виробництва є відповідність органічної системи сільського господарства і сільськогосподарської продукції певним стандартам, що надає можливість маркувати продукцію відповідним чином і реалізовувати як органічну. У цьому контексті вагомому значення набуває розроблення механізму формування ринку та стимулювання розвитку сільськогосподарських підприємств – виробників органічної продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Досліджуючи різні аспекти формування ринку продукції органічного сільського господарства, науковці акцентують увагу на окремих складових цього процесу. Так Г. Гуменюк досліджує вимоги міжнародних стандартів щодо сертифікації органічного виробництва [8], Т. Бубела і О. Воробець розглядають нормативно-технічні аспекти контролю органічної продукції [4], В. Чудовська вивчає

особливості формування ціни на органічну продукцію [15], Т. Харченко ґрунтовно досліджує проблеми розвитку органічного виробництва в Україні [14], Р. Безус, Г. Антонюк [3] обґрунтовують причини низької ефективності виробництва органічної продукції в Україні, фінансове забезпечення цих процесів, В. Артиш виокремлює проблеми удосконалення управління виробництвом органічної продукції рослинництва і тваринництва [1] та формування менеджменту якості органічної продукції [2], Ю. Воскобійник, С. Гаваза [6] справедливо вважають ємність внутрішнього ринку важливим фактором його розвитку. Цей перелік можна продовжувати, проте, віддаючи належне вже проведеним дослідженням, вважаємо необхідним доповнити їх обґрунтуванням важливості інституційного механізму формування ринку органічного сільського господарства. Саме він, на нашу думку, за допомогою відповідних інструментів повинен забезпечити ефективну взаємодію базових інститутів, факторів попиту, пропозиції і створити умови для реалізації процесів, які супроводжують формування ринку органічної продукції і кінцевою метою яких є збереження навколишнього середовища, розвиток національної економіки, гармонійний розвиток людини.

З огляду на поширення інституційного підходу до дослідження багатьох процесів економічного і суспільного життя, у вітчизняній літературі можна знайти достатньо визначень сутності інституційного механізму. Зазначимо, що інституційний підхід трактується як методологія наукового пізнання, яка «розглядає механізми взаємодії та зв'язки суб'єктів суспільних відносин, оцінює їхню поведінку у виконанні норм (формальних і неформальних) і дає оцінку ефективності структур (інститутів)» [16].

На думку О. Гордєєва, «під інституційним механізмом зазвичай розуміється сукупність взаємозв'язків між формальними та неформальними інститутами, а також організаціями, які сприяють реалізації принципів демократичного (доброго, належного) врядування, забезпечують узгодження та коригування інтересів різних суспільних груп, координацію сумісної діяльності на шляху досягнення задекларованих цілей розвитку регіону/держави» [7, с. 37].

О. Ткачева зазначає: «Під інституційними механізмами варто розуміти сукупність взаємозв'язків між формальними та неформальними інституціями держави, які сприяють поступовому еволюційному розвитку правил і процедур, санкцій і стимулів, стримувачів і противаг в процесах і результатах виробництва, розподілу, обміну, споживання благ і забезпечують узгодження та коригування інтересів різних суспільних груп, координацію сумісної діяльності на шляху досягнення цілей розвитку всієї системи» [13].

В. Кияк вважає, що «інституційний механізм – це система інституцій у взаємозв'язку і взаємодії та форм і методів їх реалізації» [9]. Досліджуючи інституційний механізм розвитку аграрних підприємств, автор визначає, що «інституційний механізм – це сукупність інституційних важелів, стимулів і заходів, спрямованих на забезпечення ефективного розвитку аграрних підприємств, який ґрунтується на поєднанні чинників мікро- та макроекономічного середовища з урахуванням елементів як державного, так і ринкового регулювання» [9].

Л. Приходченко уточнює, що під інституційним механізмом зазвичай розуміється сукупність взаємозв'язків між формальними та неформальними інституціями, а також організаціями, які сприяють реалізації принципів розвитку підприємств, забезпечують узгодження та коригування інтересів різних суспільних груп, координацію сумісної діяльності всіх підприємств на шляху досягнення задекларованих цілей розвитку [11].

За визначенням Ю. Лопатинського, інституційний механізм характеризується як процес становлення та функціонування мережі суспільних інституцій, функціями яких є структурування взаємовідносин між економічними суб'єктами, узгодження їхніх інтересів, а також обмеження, що формують мотиваційні та поведінкові механізми [10].

На думку О. Гордєєва, модель інституційного механізму включає: суб'єктно-об'єктну та структурно-функціональну взаємодію всіх залучених факторів: єдність інтегральної та диференційованих цілей, методів, засобів, форм і результатів дії; блоки формування, моніторингу та коригування інституціональних вимог як в уже існуючих, так і в тих інститутах, що створюються [7, с. 41].

Б. Буркинський і Н. Хумарова, розглядаючи інституційний механізм реалізації екологоорієнтованих планів розвитку національної економіки, пишуть, що він «покликаний забезпечувати узгодження соціальних, екологічних, економічних інтересів суспільства, держави та суб'єктів господарювання» [5, с. 139-140]. Сутність інституційного механізму як системи Б. Буркинський і Н. Хумарова розуміють як сукупність інституцій, методів, заходів та інструментів, призначених для ефективного реалізації завдань «зеленого» розвитку національної економіки [5, с. 139-140]. Узагальнюючи наявні наукові розробки щодо сутності та структури інституційного механізму, зазначимо, що він повинен включати мету, ґрунтуватися на певних принципах, виконувати певні функції, мати інструменти реалізації, засоби дії, які спрямовані на визначені об'єкти, а також спиратися на діяльність суб'єктів інституційного механізму.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Інформованість суспільства та постійно зростаюча потреба у безпечних продуктах харчування дадуть змогу прогнозувати зростання обсягу виробництва/продажу як на вітчизняному ринку так і експорту продукції.

Враховуючи значну кількість напрацювань вчених у напрямі розроблення механізму формування ринку органічної продукції, важливо і необхідно систематизувати його складові елементи.

Формулювання цілей статті

Метою статті є уточнення суті та систематизування складових елементів інституційного механізму розвитку вітчизняного ринку органічної продукції.

Виклад основного матеріалу

Грунтуючись на представленому в наукових розробках розумінні сутності інституційного механізму, можемо сформулювати власне бачення інституційного механізму формування ринку продукції органічного сільського господарства. Цей механізм є системою забезпечення взаємодії суб'єктів ринку, інститутів держави, права, влади, конкуренції, довіри, спрямованої на підтримку процесів, що ведуть до наповнення ринку органічним продовольством, збереження навколишнього середовища і розвитку національної економіки. Схематично основні складові цього механізму представлено на рис. 1.

Всі складові запропонованого інституційного механізму повинні мати екологічну орієнтацію, бути налаштованими на збереження, відновлення ґрунтів, водних та інших природних ресурсів, забезпечувати зростання екологічної безпеки та збалансований розвиток сільських територій, створювати умови для гармонійного розвитку людини.



Рис. 1. Складові інституційного механізму формування ринку органічної продукції сільського господарства*
* розроблено авторами

Інституційний механізм формування ринку органічної продукції повинен здійснюватися на основі принципів науковості, системності, комплексності дії, збалансованості, взаємо доповнення, соціальної спрямованості та пріоритетності природо збереження.

Основними функціями інституційного механізму формування ринку органічної продукції є:

- забезпечення взаємодії базових економічних інститутів, формальних і неформальних правил і норм, суб'єктів ринку (виробників і споживачів органічної продукції);
- створення екологічно орієнтованих норм та правил господарювання;
- забезпечення стійкої динаміки попиту і пропозиції на ринку органічної продукції;
- державна підтримка виробників продукції органічного сільського господарства;
- розбудова інфраструктури зберігання, переробки, реалізації органічної продукції;
- забезпечення умов для зростання платоспроможного попиту населення на основі стійкого росту реальних доходів;
- формування у населення (потенційних споживачів органічної продукції) природоохоронного світогляду, уподобань здорового харчування, здорового способу життя [18].

Об'єктами інституційного механізму є елементи національної економіки, в першу чергу природокористувачі – товаровиробники органічної продукції, інші суб'єкти господарювання, які забезпечують зберігання, транспортування, переробку та реалізацію органічної продукції та сировини, а також її споживачі.

Суб'єкти інституційного механізму формування ринку продукції органічного сільського господарства – це розробники законів, постанов, нормативів, стандартів, державних програм тощо, їх виконавці та специфічні контролюючі інституції. До них відносяться органи державної влади різного рівня (загальнодержавного, регіонального, місцевого), органи місцевого самоврядування, підприємства різних організаційно-правових форм, громадські організації, наукові та навчальні заклади (табл. 1).

Специфічні контролюючі інституції повинні забезпечити розробку норм, стандартів та нормативів, проведення експертизи, сертифікації, інспекції, моніторингу, екологічного аудиту, ведення реєстрів, накопичення статистичної звітності тощо. Слід зазначити, що ця складова інституційного механізму поки що не представлена в Україні взагалі.

Метою інституційного механізму формування ринку продукції органічного сільського господарства можна визначити забезпечення ефективної взаємодії базових інститутів з метою наповнення ринку органічним продовольством, збереження навколишнього середовища і розвитку національної економіки.

Таблиця 1

Об'єкти та суб'єкти інституційного механізму формування ринку продукції органічного сільського господарства*

Об'єкти	Суб'єкти
<ul style="list-style-type: none"> - товаровиробники органічної продукції, - інші суб'єкти господарювання, які забезпечують зберігання, транспортування, переробку та реалізацію органічної продукції та сировини, - споживачі органічної продукції 	<ul style="list-style-type: none"> - органи державної влади різного рівня (загальнодержавного, регіонального, місцевого), - органи місцевого самоврядування, - підприємства різних організаційно-правових форм, - громадські організації, - наукові та навчальні заклади

* розроблено авторами

Інституційний механізм забезпечує формування ринку продукції органічного сільського господарства у такий спосіб:

- законодавче та нормативне забезпечення розвитку органічного виробництва, прийняття необхідних змін і доповнень до чинного законодавства;
- унормування процесу виробництва органічної сільськогосподарської продукції (перехідний період, контроль та інспектування, протоколи дотримання нормативів);
- розвиток земельних відносин і форм господарювання, унормування функціонування ринку землі сільськогосподарського призначення;
- створення системи стимулювання та фінансової підтримки виробників і споживачів органічної продукції;
- розбудова інфраструктури реалізації (логістичних шляхів), зберігання, переробки органічної продукції; створення умов для нарощування експорту органічної продукції;
- наукова та дорадча підтримка розвитку органічного виробництва, запровадження навчальних програм, курсів підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів;
- створення вітчизняної системи сертифікації органічної продукції на основі міжнародних стандартів, забезпечення статистичної звітності з виробництва продукції органічного сільського господарства [17].

Інструментами інституційного механізму є створення формальних правил і норм (законів, постанов, нормативів, стандартів), розробка та впровадження програм державної підтримки, державне замовлення, пільгове кредитування, цільові дотації, податкові пільги, цілеспрямоване формування неформальних правил і норм щодо здорового способу життя, здорового харчування, збереження довкілля.

За характером впливу всі ці інструменти можна поділити на три групи: законодавчі, адміністративні, організаційні. Перші (законодавчі) передбачають прийняття відповідних законодавчих актів (формальних інститутів). Адміністративні інструменти передбачають надання прав регулювання (встановлення норм, нормативів, обмежень, стимулів, квот, санкцій тощо). Організаційними інструментами є розбудова та забезпечення ефективної діяльності спеціалізованих установ, до компетенції яких входять ліцензування, сертифікація, експертиза, інспектування, аудит, ведення реєстру виробників органічної продукції тощо (рис. 2).

Всі інструменти інституційного механізму взаємопов'язані, а їхній вибір є взаємообумовленим, в результаті чого створюється нова якість інституційного впливу на процеси формування ринку продукції органічного сільського господарства.

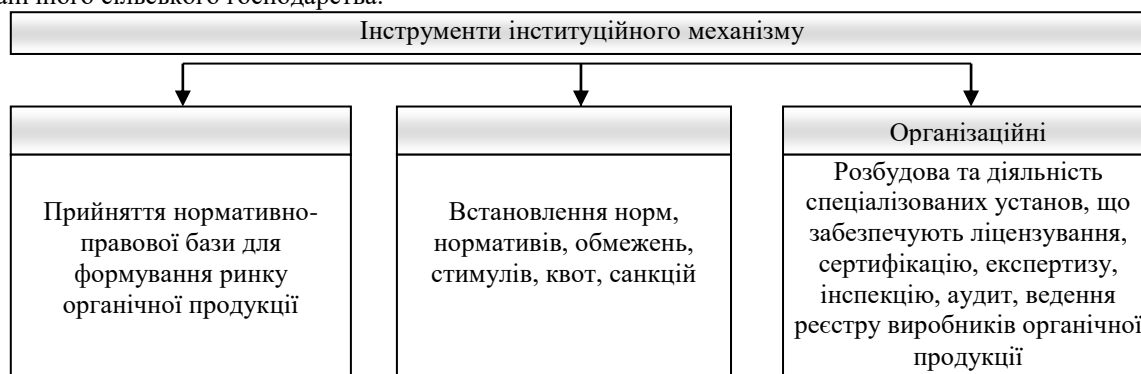


Рис. 2 Інструменти інституційного механізму формування ринку продукції органічного сільського господарства*

* розроблено авторами

Характеризуючи інструменти інституційного механізму реалізації екологоорієнтованих стратегічних планів розвитку національної економіки, Б. Буркинський і Н. Хумарова зазначають, що вони повинні забезпечувати:

- ефективну діяльність і передбачуваність її результатів;
- свободу вибору способів виконання нормативно-законодавчих вимог;

- передбачуваність обмежень, їх наукову обґрунтованість та оцінку можливих наслідків;
- відповідні умови упровадження – поступовість і послідовність;
- доступність та рівність можливостей для всіх суб'єктів;
- можливість адекватної оцінки отримуваних результатів і доступність інформації [5, с. 141].

Наведена характеристика інструментів інституційного механізму цілком може бути поширена й на досліджуваний нами інституційний механізм формування ринку органічної продукції.

Втім розглянуті інструменти інституційного механізму (законодавчі, адміністративні, організаційні), на нашу думку, повинні бути доповнені, так би мовити, неформальними інструментами, які притаманні дії неформальних інститутів або правил і норм. Йдеться, зокрема, про інститут довіри, про наявність або відсутність в суспільстві традицій здорового харчування, усталені віками норми господарювання (утримання та відгодівля тварин, схильність до традиційних сортів, способів захисту), історично сформованого дбайливого або навпаки хижацького ставлення до природних ресурсів, ставлення до збереження репутації фірми тощо.

Особливу роль у розбудові ринку органічної продукції відіграє, на нашу думку, такий неформальний інститут, як інститут довіри. Дослідження показують, що багато потенційних споживачів органічної продукції просто не довіряють існуючим в нашій господарській практиці сертифікатам, маркуванню органічної продукції тощо. Між тим, як пише О. Прутська, в США дрібні виробники органічної продукції (до 5000 дол. США продажів на рік) взагалі звільняються від проходження сертифікації і можуть продавати свою продукцію на локальних ринках як органічну без сертифікатів, звичайно, за умови дотримання правил органічного землеробства. Споживачі в цьому випадку просто вірять фермерам на слово, справедливо очікуючи, що виробники дбають про «репутацію свого товару і довіру постійних споживачів – мешканців даної місцевості» [12, с. 90].

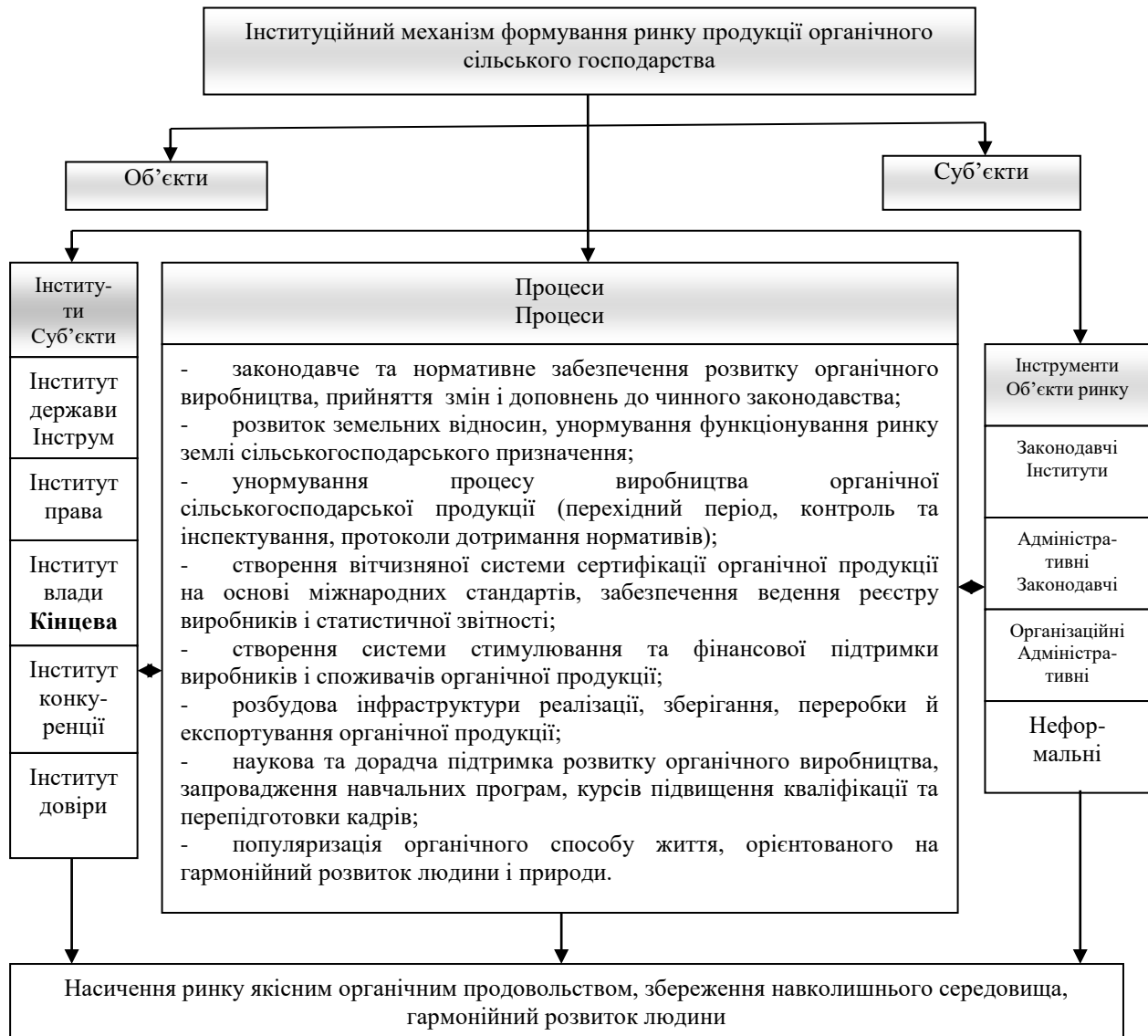


Рис. 3. Інституційний механізм формування ринку органічної продукції *

*розроблено авторами

Інструменти дії неформальних інститутів мають специфічний (також неформальний) характер. Це може бути суспільний осуд, остракізм, ігнорування, засудження. Втім для несумлінних товаровиробників це може втілитись у втрату репутації як своєї, так і свого товару, що в подальшому призведе до скорочення обсягів продажу, втрати клієнтів, ігнорування продукції і, в кінцевому підсумку, економічним втратам і банкрутству.

В узагальненому вигляді запропоноване розуміння інституційного механізму формування ринку органічної продукції представлено на рис. 3.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Наведена схема (рис. 3) розкриває співвідношення та взаємозв'язок всіх елементів інституційного механізму, а саме: мету та способи її досягнення; об'єкти (товаровиробники та споживачі органічної продукції), на які спрямована дія суб'єктів інституційного механізму (органів державної влади, місцевого самоврядування, громадських організацій, менеджменту підприємств) за допомогою інструментів (законодавчих, адміністративних, організаційних, неформальних) та за посередництва формальних і неформальних інститутів (інститутів держави, права, влади, конкуренції, довіри тощо).

Запропоноване тлумачення інституційного механізму формування ринку продукції органічного сільського господарства дозволило виокремити основні процеси, через ефективну реалізацію яких повинна бути досягнута мета – насичення ринку органічним продовольством, збереження навколишнього середовища, гармонійний розвиток людини.

Література

1. Артиш В. І. Удосконалення управління виробництвом органічної продукції. *Економіка АПК*. 2013. № 6. С. 28–31.
2. Артиш В. І. Формування менеджменту якості підприємств із виробництва органічної продукції. *Економіка АПК*. 2013. № 2. С. 68–71.
3. Безус Р. М., Антонюк Г. Я. Ринок органічної продукції в Україні: проблеми та перспективи. *Економіка АПК*. 2011. № 6. С. 47–52.
4. Бубела Т., Воробець О. Нормативно-технічні аспекти контролю органічної продукції в Україні. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2012. № 1. С. 62–65.
5. Буркинський Б. В., Хумарова Н. І. Інституційний механізм реалізації екологоорієнтованих стратегічних планів розвитку національної економіки. *Прикладна екологія*. URL: <http://eco.j.dea.gov.ua/wp-content/uploads/2013/02/burkinskuy.pdf>.
6. Воскобійник Ю. П., Гаваза Є. В. Ємність ринку органічної продукції в Україні. *Агроінком*. 2013. № 4–6. С. 7–10.
7. Гордєєв О. Концептуальні підходи до сутності інституційного механізму. URL: <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2012-3/doc/1/07.pdf>.
8. Гуменюк Г. Вимоги міжнародних стандартів щодо сертифікації органічного виробництва та акредитації органів, які її здійснюють. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2012. № 4. С. 13–18.
9. Кифяк В. І. Сутність інституційного механізму розвитку аграрних підприємств. URL: http://www.confcontact.com/20111222/3_kifyak.php
10. Лопатинський Ю. М. Трансформація аграрного сектору: інституціональні засади. Чернівці, 2006. 344 с.
11. Приходченко Л. Л. Інституціональний механізм підвищення системи органів публічної влади. Актуальні проблеми державного управління. 2009. № 2 (36). URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ardu/2009_2/index.html.
12. Прутьська О. О. Сільське господарство США: висновки для України: монографія. Вінниця. 2012. 160 с.
13. Ткачева О. К. Теоретичні основи інституційних механізмів державного управління митною справою. *Електронне наукове фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток»*. 2013. № 6. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=587>.
14. Харченко Т. Б. Перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні. *Економіка АПК*. 2013. № 9. С. 37–41.
15. Чудовська В. А. Формування ціни на органічну сільськогосподарську продукцію в ринкових умовах. *Економіка АПК*. 2013. № 1. С. 142–146.
16. Sharko V., Martynova L., Nyrych S., Vasylyshyna O., Garbzhii K. Changes in the Organic Products Market as a Result of the 2022 Events in Eastern Europe. *WSEAS Transactions on environment and development*. 2022. Vol. 18. Art. No. 18. Pp. 918-929. URL: https://www.researchgate.net/profile/Nadiia-Andrusenko/publication/361533759_Changes_in_the_Organic_Products_Market_as_a_Result_of_the_2022_Events_in_Eastern_Europe/links/633ed5a22752e45ef699d416/Changes-in-the-Organic-Products-Market-as-a-Result-of-

[the-2022-Events-in-Eastern-Europe.pdf?_sg%5B0%5D=started_experiment_milestone&origin=journalDetail](#).

17. Sharko V., Turylo A., Fesun I., Stadnyk V. Tools for Improving the Efficiency of the Economic Security of Enterprises in Face of the Competitiveness Intensification. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2022. Vol. 22. No. 3. Pp. 53-60. URL: <https://koreascience.kr/article/JAKO202213341771837.pdf>.

18. Vasylyshyna O. Formation of the strategy of development of the market of organic products. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. 2022. Svazek 8. Vydání 3. Pp. 10-16. URL: https://eujem.cz/wp-content/uploads/2022/eujem_2022_8_3/04.pdf.

References

1. Artysh V. I. Udokonalennia upravlinnia vyrobnyctvom orhanichnoi produktsii. *Ekonomika APK*. 2013. № 6. S. 28–31.
2. Artysh V. I. Formuvannia menedzhmentu yakosti pidpriemstv iz vyrobnyctva orhanichnoi produktsii. *Ekonomika APK*. 2013. № 2. S. 68–71.
3. Bezus R. M., Antoniuk H. Ya. Rynok orhanichnoi produktsii v Ukraini: problemy ta perspektyvy. *Ekonomika APK*. 2011. № 6. S. 47–52.
4. Bubela T., Vorobets O. Normatyvno-tekhichni aspekty kontroliu orhanichnoi produktsii v Ukraini. *Standartyzatsiia, sertyfikatsiia, yakist*. 2012. № 1. S. 62–65.
5. Burkynskyi B. V., Khumarova N. I. Instytutsiinyi mekhanizm realizatsii ekoloohoorientovanykh stratehichnykh planiv rozvytku natsionalnoi ekonomiky. *Prykladna ekolohiia*. URL: <http://ecoj.dea.gov.ua/wp-content/uploads/2013/02/burkinskuy.pdf>.
6. Voskobynik Yu. P., Havaza Ye. V. Yemnist rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. *Ahroinkom*. 2013. № 4–6. S. 7–10.
7. Hordieiev O. Kontseptualni pidkhody do sutnosti instytutsiinoho mekhanizmu. URL: <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2012-3/doc/1/07.pdf>.
8. Humeniuk H. Vymohy mizhnarodnykh standartiv shchodo sertyfikatsii orhanichnogo vyrobnyctva ta akredytatsii orhaniv, yaki yii zdiisniuut. *Standartyzatsiia, sertyfikatsiia, yakist*. 2012. № 4. S. 13–18.
9. Kyfiak V. I. Sutnist instytutsiinoho mekhanizmu rozvytku ahrarnykh pidpriemstv. URL: http://www.confcontact.com/20111222/3_kifyak.php
10. Lopatynskyi Yu. M. Transformatsiia ahrarnoho sektoru: instytutsionalni zasady. *Chernivtsi*, 2006. 344 s.
11. Prykhodchenko L. L. Instytutsionalnyi mekhanizm pidvyshchennia systemy orhaniv publichnoi vlady. *Aktualni problemy derzhavnogo upravlinnia*. 2009. № 2 (36). URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apdu/2009_2/index.html.
12. Prutska O. O. Silske hospodarstvo SShA: vysnovky dlia Ukrainy: monohrafiia. *Vynnytsia*. 2012. 160 s.
13. Tkacheva O. K. Teoretychni osnovy instytutsiinykh mekhanizmiv derzhavnogo upravlinnia mytnoiu spravoiu. *Elektronne naukove fakhove vydannia «Derzhavne upravlinnia: udokonalennia ta rozvytok»*. 2013. № 6. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=587>.
14. Kharchenko T. B. Perspektyvy rozvytku rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. *Ekonomika APK*. 2013. № 9. S. 37–41.
15. Chudovska V. A. Formuvannia tsiny na orhanichnu silskohospodarsku produktsiiu v rynkovykh umovakh. *Ekonomika APK*. 2013. № 1. S. 142–146.
16. Sharko V., Martynova L., Hyrych S., Vasylyshyna O., Garbazi K. Changes in the Organic Products Market as a Result of the 2022 Events in Eastern Europe. *WSEAS Transactions on environment and development*. 2022. Vol. 18. Art. No. 18. Rr. 918-929. URL: https://www.researchgate.net/profile/Nadiia-Andrusenko/publication/361533759_Changes_in_the_Organic_Products_Market_as_a_Result_of_the_2022_Events_in_Eastern_Europe/links/633ed5a22752e45ef699d416/Changes-in-the-Organic-Products-Market-as-a-Result-of-the-2022-Events-in-Eastern-Europe.pdf?_sg%5B0%5D=started_experiment_milestone&origin=journalDetail.
17. Sharko V., Turylo A., Fesun I., Stadnyk V. Tools for Improving the Efficiency of the Economic Security of Enterprises in Face of the Competitiveness Intensification. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2022. Vol. 22. No. 3. Rr. 53-60. URL: <https://koreascience.kr/article/JAKO202213341771837.pdf>.
18. Vasylyshyna O. Formation of the strategy of development of the market of organic products. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. 2022. Svazek 8. Vydání 3. Rr. 10-16. URL: https://eujem.cz/wp-content/uploads/2022/eujem_2022_8_3/04.pdf.