

ЄМЧЕНКО ІРИНА

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0003-3514-7064>e-mail: irinavladi2014@gmail.com

КОЛЬДЮБА ІРИНА

Національний університет «Львівська політехніка»

e-mail: ira.koldyuba@gmail.com

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ ОРГАНІЧНОЇ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті зазначені чинники, які формують якість та впливають на безпечність косметичних виробів українського виробництва. За матеріалами компанії ТОВ «Хілари Косметікс» (м. Хмельницький) розглянуті можливості нарощування потужності виготовлення органічної косметичної продукції та її реалізації. Підтверджена гарантія якості та безпечності продукції компанії шляхом надання споживачам ексклюзивної можливості, обміну та повернення товару впродовж 90 днів з моменту його придбання, в супереч чинному законодавству України. Згідно із даними дослідження продукції ТМ «Hillary» доведено, що асортимент відповідає тенденціям розвитку світового та українського ринку косметичних товарів функціонального призначення, а більшість товарів, що реалізує ТОВ «Хілари Косметікс» немає аналогів за складом на українському ринку. Показано, що сировина, маркування та показники безпечності повністю відповідають вимогам Технічного регламенту на косметичну продукцію. Досліджено структуру асортименту косметичної продукції та чинники формування споживчих властивостей.

Ключові слова: органічна косметична продукція, Технічний регламент, безпечність, якість, асортимент

YEMCHENKO IRYNA, KOLDYUBA IRYNA

National University «Lviv Polytechnic»

FACTORS OF THE FORMATION OF THE SAFETY OF ORGANIC COSMETIC PRODUCTS

The article indicates the factors that shape the quality and affect the safety of Ukrainian-made cosmetic products. According to the materials of the company «Hillary Cosmetics» LLC (Khmelnitskyi), the possibilities of increasing the production capacity of organic cosmetic products and their sale are considered. A confirmed guarantee of the quality and safety of the company's products by providing consumers with an exclusive opportunity to exchange and return the product within 90 days from the moment of its purchase, in violation of the current legislation of Ukraine. According to the research data of TM «Hillary» products, it has been proven that the assortment corresponds to the development trends of the global and Ukrainian market of functional cosmetic products, and most of the products sold by «Hillary Cosmetics» LLC have no analogues in composition on the Ukrainian market. It is shown that the raw materials, labeling and safety indicators fully meet the requirements of the Technical Regulation on cosmetic products. The structure of the assortment of cosmetic products and the factors of formation of consumer properties were studied.

The results of the conducted research showed that despite the presence of a wide range of high-quality, modern cosmetics of domestic origin on the market, Ukrainian consumers prefer products of foreign manufacturers. The authors stated that despite a significant amount of research in the field of technical regulation of the safety of cosmetic products, the issues of forming the safety of organic cosmetic products and the possibility of increasing the export potential of such products remain insufficiently covered. Monitoring studies on the market of organic cosmetics in Ukraine showed an almost complete absence of exports of domestic products, since Ukrainian organic cosmetics are still little known abroad. Research into the content of eco-certificates of Hillary Cosmetics products has determined that only natural components from leading manufacturers and suppliers of organic cosmetic ingredients from Italy, Spain, France, Germany, Denmark, the USA, etc. are used for its production.

Keywords: organic cosmetic products, Technical regulations, safety, quality, assortment

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Попри встановлені вимоги відповідно до Технічного регламенту часто споживачі стають жертвами шахрайських схем і дій недобросовісних підприємницьких структур, які в гонитві за швидким прибутком не звертають уваги на дотримання вимог до безпечності такої продукції, як косметична. Здолати такі негативні прояви можна випускаючи на ринок України косметичну органічну продукцію власних брендів. Тому освоєння експортного потенціалу є перспективним напрямком розвитку бізнесу для існуючих і нових виробників на товарних ринках [1, 2], в тому числі і на ринку органічної косметики в Україні.

Метою Технічного регламенту визначено підвищення якості косметичної продукції, гармонізація технічного регулювання косметичної продукції в Україні з європейським законодавством, усунення юридичних, адміністративних і технічних бар'єрів у торгівлі з країнами Європейського Союзу, виконання зобов'язань України щодо імплементації положень актів законодавства ЄС до національного законодавства відповідно до положень ст. 56 Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [3]. Потребують переконливішого визначення поняття «органічна» та «натуральна» косметика. Наразі у світі та Україні відсутні чіткі вимоги щодо таких термінів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Якість і безпечність косметичної продукції в Україні має регулюватися положеннями Технічного регламенту, основні пункти якого включають: обов'язкову реєстрацію продукції, декларацію відповідності, визначення дозволених інгредієнтів, дотримання вимог маркування та пакування, випробування безпечності. Відповідно до положення Технічного регламенту виробники чи імпортери повинні

zareєструвати свою косметичну продукцію перед введенням її на ринок. Вони також повинні скласти декларації відповідності, які підтверджують, що їхні косметичні продукти відповідають вимогам технічного регулювання [4].

Деякі речовини можуть бути обмеженими або забороненими через їхню токсичність або інші ризики, тому технічна регламентація передбачає визначення дозволених та заборонених інгредієнтів. Жорсткі вимоги ставляться до маркування та пакування косметичних засобів.

Також Технічним регламентом визначено, що виробники повинні проводити оцінювання безпеки своєї косметичної продукції та випробування, які підтверджують їхню безпеку для споживачів. Слід зазначити, що аналогом Технічного регламенту є англomовна версія Регламенту ЄС №1223/2009. Технічний регламент не достатньо адаптований до фактичних умов функціонування вітчизняної парфумерно-косметичної галузі та чинної законодавчої бази. Ефективне впровадження в Україні передбачає забезпечення зрозумілості та доступності інструментів реалізації Технічного регламенту для всіх учасників процесу [5].

У роботі [4] авторами зазначені основні зміни та тенденції розвитку ринку косметичної продукції, зокрема, зростання обсягів виробництва та продажів екологічної косметики, розширення цільової аудиторії ринку органічної продукції. На українському ринку відмічені подібні тренди щодо зростання попиту на косметичні засоби на основі натуральних інгредієнтів.

Згідно з п. 21 Технічного регламенту, виробництво косметичної продукції повинно відповідати вимогам до належної виробничої практики косметичної продукції (GMP – Good Manufacturing Practice). В Україні прийнятий державний стандарт ДСТУ EN ISO 22716:2015 «Косметика. Належна виробнича практика (GMP). Настави з належної виробничої практики», що є ідентичним стандарту EN ISO 22716:2007 [6]. Автором статті [7] зазначено, що тільки чотири виробники отримали сертифікат відповідності вимогам ДСТУ EN ISO 22716:2015. Вирішальне значення екологічної сертифікації як інструменту «зеленої» економіки досліджують автори у своїй роботі [8, 9]. Використання патентних баз даних може значно полегшити пошук інновацій та сприяти створенню конкурентоспроможних косметичних виробів [10].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень у галузі технічного регулювання безпечності косметичних виробів залишаються недостатньо мірою висвітлені ще питання формування безпечності органічної косметичної продукції та можливості нарощування експортного потенціалу такої продукції. У цьому аспекті існує деякі складні питання. Так одним із основних викликів є визначення, що саме вважається «органічним» у контексті косметичної продукції. Різні країни можуть мати різні стандарти та вимоги до того, як продукт може бути маркований як органічний. Отримання сертифіката органічності може бути складним та витратним процесом. Виробники повинні відповідати певним стандартам і нормам, щоб отримати визнання як органічний виробник. Також існує питання про те, як визначати, які інгредієнти вважаються прийнятними для використання в органічних продуктах. Якщо виробник планує експортувати свою продукцію, важливо враховувати міжнародні стандарти та вимоги, які можуть відрізнятися в різних країнах. Тому висвітлення зазначених проблемних питань потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз чинників формування безпечності українських косметичних засобів, визначення відповідності безпечності косметичних засобів вимогам Технічного регламенту. Визнання косметичної продукції органічною, особливості її реалізації та можливості збільшення експорту.

Виклад основного матеріалу

Впродовж останніх 5 років простежується зростання частки українських виробників натуральної косметики. Ринок української натуральної косметики налічує понад 30 брендів, проте знайти органічну продукцію виявилось не просто, адже більшість використовує вираз «органічна косметика» виключно у маркетингових цілях, задля привертання уваги до себе. Наразі частка ринку органічної косметики в Україні становить 1-2%.

Бренд «Hillary» з'явився на ринку 9 років тому і за цей час зарекомендував себе як вітчизняний виробник якісної та безпечної органічної косметики як в Україні так і поза її межами. ТОВ «Хіларі Косметікс» – це виробник натуральної інноваційної органічної косметики у м. Хмельницькому. Бізнес-місією ТОВ «Хіларі Косметікс» є, перш за все, турбота про здоров'я споживачів шляхом виробництва сертифікованої продукції та успішної її реалізації із врахуванням потреб споживачів. Місія базується на використанні органічних інгредієнтів та інноваційних технологій виробництва, спрямованих на збереження природних ресурсів.

Виробництво товарів ТМ «Hillary» здійснюється за ТУ У 20.4-44075777-001:2021. Засоби косметичні повинні відповідати вимогам ТУ і вироблятися відповідно з технологічною інструкцією та рецептурами, які затверджуються у встановленому порядку на підприємстві на кожен вид продукції, при дотриманні чинних в Україні державних санітарних правил і норм.

Косметика «Hillary» вже експортується до 11 країн світу зокрема до Ізраїлю і Тайваню.

Особливістю компанії є обмін та повернення їхнього товару – незважаючи на Закон України «Про захист прав споживачів», а саме те, що косметичні засоби не підлягають обміну та поверненню, дане підприємство все одно дозволяє повернути власну продукцію [11]. Підприємство приймає придбану

споживачем продукцію за таких умов: наявність алергії, засіб не підійшов клієнту через неправильний підбір за типом шкіри.

Особливістю косметичної продукції «Hillary» є її органічна основа. Наразі у світі та Україні відсутні чіткі вимоги щодо термінів «органічна» та «натуральна» косметика. Уся відповідальність за рівень якості та натуральність косметики лежить лише на виробниках та їхньому розумінні «природності», «натуральності».

В Україні ринок органічної та натуральної продукції почав розвиватися без належного нормативно-правового підґрунтя. Дія Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», що набув чинності 02.08.2019 р. не поширюється на парфумерно-косметичну продукцію [12]. Впродовж останніх років намітилася чітка тенденція на світовому та українському ринку до формування екотрендів косметичної продукції.

Моніторингові дослідження на ринку органічної косметики в Україні показали майже повну відсутність експорту вітчизняної продукції, оскільки українська органічна косметика поки маловідома за кордоном. Тому освоєння експортного потенціалу є перспективним напрямком розвитку бізнесу для існуючих і нових виробників ринку органічної косметики в Україні.

Важливим усвідомити визначення поняття «органічна косметика» як засобу, що складаються мінімум на 95% із сертифікованих органічних складових, повністю безпечних, вирощених спеціально для виробництва косметики. У натуральній косметиці цей показник може становити від 50%. Органічна косметика відрізняється від натуральної косметики тим, що не використовує синтетичну сировину та проходить ретельне тестування на ефективність і безпеку.

Досі не існує загального визначення органічної косметики, оскільки кожен виробник намагається створити власну класифікацію. Проте загальноприйнятими є наступні критерії:

- відсутність барвників – лише натуральний колір.
- виключно натуральні консерванти;
- присутність органічної речовини у кількості 95%, має підстави вважати косметику органічною;
- спостерігається розшарування косметики, оскільки в ній немає хімічних загусників і перед застосуванням засобу флакон з косметикою рекомендується струсити.

Сегмент натуральної косметики є найбільшим на ринку, оскільки будь-який продукт, виготовлений з використанням природної сировини, можна вважати натуральним. У натуральній косметиці допускається використання рослинної сировини, такої як ефірні олії та екстракти, а також сировини тваринного походження, хімічно модифікованих рослинних компонентів, мінеральних інгредієнтів (наприклад, загусники, абразиви, пігменти) та синтетичних консервантів (це обумовлено тим, що не всі природні компоненти можна використовувати як консерванти).

На вітчизняному ринку натуральної косметичної продукції відомими є Фіто косметика (Phyto Lab), STLY Skincare, Компанія White Mandarin, бренд «Green Pharmacy» та багато інших. Проте саме брендами органічної косметики є LookyLook, YAKA, Natureal, Мари Фреш Косметика, Organic Beauty, і Hillary Cosmetics.

Дослідженнями змісту екосертифікатів продукції Hillary Cosmetics визначено, що для її виготовлення використовуються виключно натуральні компоненти від провідних виробників та постачальників органічних косметичних інгредієнтів з Італії, Іспанії, Франції, Німеччини, Данії, США та ін.

Гарантом косметичної продукції органічного виробництва є сертифікація, як в Україні, так й інших країнах (США, Данії, Іспанії). Провідними системами сертифікації органічної косметики у світі є французька BIO/ECOCERT, італійська AIAB/ICEA, французька COSMEBIO, німецька BDIH та англійська SOIL ASSOCIATION. На даний момент понад 1000 компаній у світі беруть участь у програмі ECOCERT, головним правилом якої є не менше 95% компонентів природного походження у складі продукції, що маркується як «органічна косметика» та «натуральна косметика». Значна частина компонентів продукції компанії «Хіларі косметікс», з яких вона виготовляє власний продукт, має сертифікати ECOCERT.

Аналіз структури асортименту косметичних товарів, зокрема косметичних засобів ТМ «Hillary» дозволяє стверджувати про відповідність тенденціям розвитку українського ринку продукції.

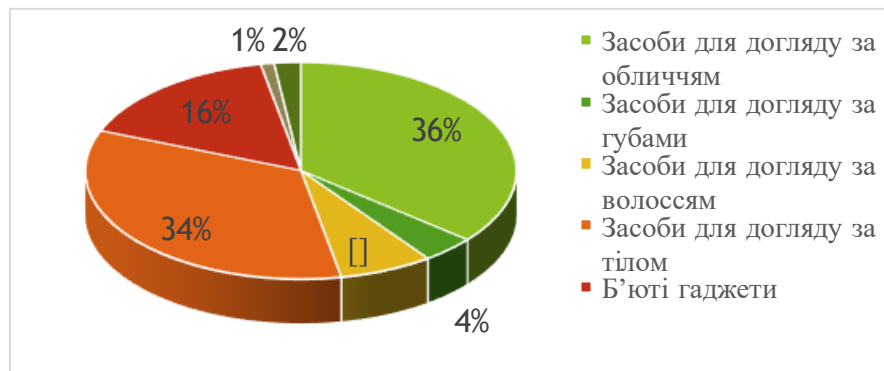


Рис. 1. Структура асортименту косметичних товарів і засобів ТМ «Hillary»
Джерело: розроблено авторами.

Отже, як видно з даних рис. 1, основними товарами в магазині є натуральні засоби для догляду за обличчям (36%), засоби догляду за тілом (34%). Асортимент компанії представлений сімома лініями продукції: чотири з яких – косметичні, а інші три складають аксесуари (табл. 1).

Таблиця.1

Структура асортименту косметичних товарів ТМ «Hillary» (станом на липень 2023 р.)

№ з/п	Найменування	Кількість асортиментних позицій
	Весь асортимент:	153
1	засоби для догляду за обличчям	55
2	засоби для догляду за губами	6
3	засоби для догляду за волоссям	11
4	засоби для догляду за тілом	52
5	б'юти гаджети	24
6	хелсі фуд	2
7	хімічна грілка	3

Джерело: розроблено авторами.

Як видно з даних табл. 2, торговельний асортимент є достатньо широким (7 товарних груп), характеризується насиченістю, глибиною і повнотою (понад 150 товарних позицій).

Як показала Матриця SWOT-аналізу, сильними сторонами ТОВ «Хіларі Косметікс», які дають можливість для зростання експортного потенціалу продукції, є високий рівень лояльності споживачів до продукції; висока якість продукції, що забезпечується сертифікацією сировини; широкий асортиментний ряд; ефективність реклами; плановий аналіз споживчих переваг; швидке задоволення потреб споживачів; оновлення асортименту.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямі

За результатами проведеного аналізу можна відзначити, що попри наявну на ринку якісної, сучасної косметики широкого асортименту вітчизняних виробників, українські споживачі більш схильні купувати продукцію іноземних виробників. Це пояснюється тим, що 90% українського ринку косметики посідають товари потужних транснаціональних корпорацій. Збільшення попиту на натуральну косметику екологічні косметичні засоби стимулюють розширення ринку, відповідно й асортименту органічної продукції. Відомим іноземним косметичним корпораціям такі зміни даються вкрай важко, оскільки їх спосіб ведення бізнесу є несумісним з екологічним поглядами.

Стандартизованих нормативних документів щодо критеріїв маркування косметики як «органічної» або «натуральної» немає ні в Україні, ні в світі. Таким чином, єдиним гарантом органічного виробництва є сертифікація. Провідною системою сертифікації органічної косметики є ECOCERT, головним правилом якої є не менше 95% компонентів природного походження у складі продукції, що маркується як «органічна косметика». Як показав SWOT-аналіз діяльності «Хіларі Косметікс» є достатні підстави вважати можливим зростання експортного потенціалу косметичної органічної продукції цієї компанії, яка посідає перші місця у рейтингу органічної косметики.

Література

1. Nestorenko T., Ostenda A., Kravchuk Yu., Nestorenko O. Entrepreneurship and universities: a place of academic business incubators // Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology. – 2022. – Volume 7. – № 1. – С. 63-71. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-1-7>
2. Сичікова Я.О., Несторенко Т.П., Макаренко Т.П., Покуса Т. Управління якістю продукції як основа для конкурентоспроможності держави // Economic and Social-Focused Issues of Modern World. Conference Proceedings of the 2nd International Scientific Conference (October 16 – 17, 2019, Bratislava, Slovak Republic). The School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava. – 2019. – С. 222-226. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cutt.ly/6YcCf3W>
3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами - членами, з іншої сторони // Урядовий портал (Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text
4. Бондаренко Д., Крутій С., Казакова В. Вплив технічного регламенту щодо косметичної продукції на операторів ринку – погляд Асоціації АМОМД. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.apteka.ua/article/592558>
5. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» Пояснювальна записка до проекту «Технічного регламенту на косметичну продукцію». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mozconsultt.com.ua/proekt-postanovi-kmu-pro-zatverdzhennya-tekhnichnogo-reglamentu-na-kosmetichnu-produktsiyu/>
6. ДСТУ EN ISO 22716:2015 «Косметика. Належна виробнича практика (GMP). Настанови з належної виробничої практики»

7. Єренко О. К. Перспективи регулювання косметичної продукції в Україні / Управління якістю в фармації : матер. XVI наук.-практ. internet-конференції з міжнар. участю, м. Харків, 20 травня 2022 р. / ред. кол.: С.М. Коваленко та ін. – Харків : НФаУ, 2022. – 99 с. – С. 39-42.
8. Передрій О.І. Екологічна сертифікація як інструмент «зеленої» економіки / О.І.Передрій // Товарознавчий вісник : збірник наукових праць Луцького НТУ. – 2018. – Випуск 10. – С. 125-132.
9. Пархоменко Н. О. Тенденції розвитку світового та українського ринків косметичних виробів / Н.О.Пархоменко, О.В.Денисюк // Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №38 (2023), 125-131.
10. Сичикова Я., Дубровіна Н., Філіп С., Несторенко Т. Критерії патентних баз даних для ефективного пошуку потенційних інноваційних технологій // Science. Innovation. Quality: 1st International Scientific-Practical Conference SIQ - 2020, December 17-18th, 2020: Book of Papers. Berdyansk : BSPU, 2020. – 574 p. – С. 504-506. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cutt.ly/ZYcZ56j>
11. Закон України № 1023-XII від 12 травня 1991 року «Про захист прав споживачів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
12. Закон України № 2496-VIII «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» № 10 липня 2018 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>

References

1. Nestorenko T., Ostenda A., Kravchik Yu., Nestorenko O. Entrepreneurship and universities: a place of academic business incubators. Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology. – 2022. – Volume 7. – № 1. – S. 63-71. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-1-7>
2. Suchikova Y.O., Nestorenko T.P., Makarenko T.P., Pokusa T. Upravlinnia iakistiu produktii iak osnova dlia konkurentospromozhnosti derzhavy. Economic and Social-Focused Issues of Modern World. Conference Proceedings of the 2nd International Scientific Conference (October 16 – 17, 2019, Bratislava, Slovak Republic). The School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava. – 2019. – S. 222-226. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://cutt.ly/6YcCf3W>
3. Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiiei storony, ta Yevropeiskym Soiuzom, Yevropeiskym Spivtovarystvom z atomnoi enerhii i yikhnimi derzhavamy – chlenamy, z inshoi storony // Uriadovyi portal (Iedyni veb-portal orhaniv vykonavchoi vlady Ukrainy). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text
4. Bondarenko D., Krutii S., Kazakova V. Vplyv tekhnichnoho rehlementu shchodo kosmetychnoi produktii na operatoriv rynku – pohliad Asotsiatsii AMOMD. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.apteka.ua/article/592558>
5. Zakon Ukrainy «Pro tekhnichni rehlementy ta otsinku vidpovidnosti» Poiasniuvalna zapyska do proektu «Tekhnichnoho rehlementu na kosmetychnu produktiiu». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://mozconsult.com.ua/proekt-postanovi-kmu-pro-zatverdzhennya-tekhnichnogo-reglamentu-na-kosmetichnu-produktsiyu/>
6. DSTU EN ISO 22716:2015 «Kosmetyka. Nalezna vyrobnycha praktyka (GMP). Nastanovy z naleznoi vyrobnychoi praktyky»
7. Yerenko O. K. Perspektyvy rehliuvannia kosmetychnoi produktii v Ukraini / Upravlinnia yakistiu v farmatsii : mater. XVI nauk.-prakt. internet-konferentsii z mizhnar. uchastiu, m. Kharkiv, 20 travnia 2022 r. / red. kol.: S.M. Kovalenko ta in. – Kharkiv : NFAU, 2022. – 99 s. – S. 39-42.
8. Peredrii O.I. Ekolohichna sertyfikatsiia yak instrument «zelenoi» ekonomiky / O.I.Peredrii // Товарознавчий вісник : збірник наукових праць Луцького НТУ. – 2018. – Випуск 10. – С. 125-132.
9. Parkhomenko N. O. Tendentsii rozvytku svitovoho ta ukrainskoho ryнкiv kosmetychnykh vyrobiv / N.O.Parkhomenko, O.V.Denyshuk // Elektronne naukove fakhove vydannia z ekonomichnykh nauk «Modern Economics», №38 (2023), 125-131.
10. Suchikova Y., Dubrovina N., Filip S., Nestorenko T. Kryterii patentnykh baz danykh dlia efektyvnoho poshuku potentsijnykh innovatsijnykh tekhnolohij // Science. Innovation. Quality: 1st International Scientific-Practical Conference SIQ - 2020, December 17-18th, 2020: Book of Papers. Berdyansk : BSPU, 2020. – 574 p. – P. 504-506. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://cutt.ly/ZYcZ56j>
11. Zakon Ukrainy № 1023-XII vid 12 travnia 1991 roku «Pro zakhyst prav spozhyvachiv» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
12. Zakon Ukrainy № 2496-VIII «Pro osnovni pryntsyipy ta vymohy do orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannia orhanichnoi produktii» № 10 lypnia 2018 roku. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>