

ІНФОРМАТИВНІСТЬ МАРКУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

T.O. Shevchuk

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky, Donetsk, Ukraine, e-mail: tati603@yandex.ua

DESCRIPTIVENESS OF LABELING AS A MEANS OF IDENTIFICATION OF ORGANIC PRODUCTS

Мета. Розглянуто основні принципи маркування органічної харчової продукції, яка є одним з елементів підтвердження її автентичності для споживачів. Визначення інформативності маркування органічної продукції проведено на прикладі зразків органічного пива зарубіжного виробництва з логотипом «Органічне» відповідно до вимог стандартів органічного виробництва Європейського Союзу.

Методи. У процесі виконання наукової роботи поставлені завдання вирішувалися з використанням загальновідомих методів пізнання: логічного аналізу, комплексного системного підходу, експертних методів дослідження.

Результати. Через відсутність в Україні законодавчого документа з питань регулювання виробництва й обігу органічної харчової продукції основні принципи маркування такої продукції розглянуто відповідно до вимог регламентів (ЄС) № 834/2007 і № 889/2008. Проведено ідентифікацію маркування зразків органічного пива закордонного виробництва за логотипом «Органічне», в результаті якої було встановлено відповідність маркування зразків органічного пива № 1 та № 3, у зразку № 2 були виявлені відхилення відповідно до затверджених вимог.

Наукова новизна. Доведено відсутність в Україні законодавчого документа з питань регулювання виробництва й обігу органічної харчової продукції як елемента автентичності, підтвердження приналежності продукції до органічної, що є важливим для споживачів. Також відзначено значущість інформативності маркування органічної харчової продукції. Означено основні принципи маркування органічної харчової продукції відповідно до вимог ЄС.

Практична значущість. Маркування продукції і органічних харчових продуктів зокрема є важливим елементом міжнародних торговельних відносин і зумовлює належне функціонування продовольчого ринку. На прикладі зразків органічного пива зарубіжного виробництва з логотипом «Органічне» відповідно до вимог стандартів органічного виробництва Європейського Союзу проведено дослідження органічної продукції і надано рекомендації щодо подальших досліджень проблеми.

Ключові слова: органічні продукти, інформативність, маркування, ідентифікація, регламент ЄС № 834/2007.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сегментом продовольчого ринку України, який стрімко розвивається, є органічні продукти харчування. Попит на органічну продукцію обумовлюється збільшенням кількості людей, які від-

дають перевагу здоровому харчуванню. Саме органічна продукція позиціонується на продовольчому ринку як альтернатива традиційній, яка може забезпечити населення якісними та безпечними продуктами харчування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Органічною продукцією може називатися тільки продукція, виробництво якої здійснюється відповідно до затверджених норм стандартів органічного виробництва, які передбачають мінімізацію використання отрутохімікатів, синтетичних мінеральних добрив для живлення ґрунту й рослин, використовуються органічні добрива (перелік дозволених препаратів та органічних добрив зазначається в стандартах органічного виробництва), гормонів, антибіотиків та стимуляторів росту, а також заборону на використання ГМО [1-3].

Кожен день під час купівлі харчових продуктів ми стоїмо перед вибором, який продукт серед усього різноманіття найкращим чином задовольнить наші вимоги в аспектах якості та харчової безпечності, так само гостро стає питання автентичності харчової продукції, зокрема й органічної. Головну роль у цьому виборі відіграє споживче маркування, бо воно спрямоване на оптимальний рівень інформування всіх зацікавлених сторін. Тому дотримання відповідних вимог законодавства щодо маркування є невід'ємним елементом належного функціонування ринку харчової продукції. Маркування є основою процесу встановлення відповідності харчового продукту як об'єкта міжнародних торговельних відносин, яке містить відповідну інформацію про товар, яку можна використувати з метою ідентифікації [4].

Під ідентифікацією продукту слід розуміти встановлення відповідності продукту його заявленому найменуванню (виду, сорту, географічним походженням). Відповідно до ДСТУ 4161-2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів», ідентифікація є елементом системи забезпечення якості та безпечності продуктів харчування [5].

Метою статті є розглянути основні принципи маркування органічної харчової продукції, яка є одним з елементів підтвердження її автентичності для споживачів. Визначення інформативності маркування органічної продукції проведено на прикладі зразків органічного пива зарубіжного виробництва з логотипом «Органічне» відповідно до вимог стандартів органічного виробництва Європейського Союзу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Провідну роль у формуванні стандартів та міжнародної акредитації установ, котрі займаються сертифікацією органічної продукції на відповідність цим стандартам, відіграє Міжнародна федерація органічного сільськогосподарського руху (IFOAM). Базові стандарти IFOAM фактично виконують функцію «стандартів для стандартів», дозволяючи різні варіації, і тому покладені в основу багатьох стандартів, зокрема регламенту ЄС № 834/2007 [7]. На сьогодні виділяють три основні групи стандартів, в яких встановлюються вимоги щодо виробництва, обігу та маркування органічної продукції: це міжнародні приватні або міжурядові рамкові стандарти (базові стандарти IFOAM, стандарти на харчові продукти, – комісія «Кодекс Аліментаріус» – «Кодекс Аліментаріус. Органічні харчові продукти»), основоположні стандарти або директиви (постанови Ради Європейського Союзу або регламенти Комісії

Європейського Союзу, американська національна органічна програма – NOP (National Organic Program), JAS (Japanese Agricultural Standard) – Японський стандарт якості сільськогосподарської продукції, приватні стандарти органічного виробництва (Demeter, Naturland, Bioland, Ecoland, Biokreis, Ecovin (Німеччина) Soil Association (Великобританія) Bio Suisse (Швейцарія), Bio Austria, Austria Bio Garantie (Австрія), KRAV (Швеція), БІОЛан (Україна) та інші) [8].

Слід зазначити, що сфера органічного виробництва в Україні залишається не врегульованою на законодавчому рівні. Тому затвердження проекту Закону «Про органічне виробництво» є одним із пріоритетних завдань державної політики з питань органічного землеробства, яке сприятиме формуванню національної законодавчої бази органічного виробництва в Україні. Створення законодавчої бази органічного виробництва сільськогосподарської продукції спроможне врегулювати використання термінів «біо», «еко», «органік» на маркуванні продуктів харчування на території України, яке призводить до спотворення інформації, вводить в оману споживачів та дискредитує ринок «справжньої» органічної продукції. Для українського ринку прийнятним є термін «органік» (органічна продукція), тому зазначення на маркуванні вітчизняних виробників інших термінів можна розцінювати як фальсифікацію продукції.

Для закордонної органічної продукції, залежно від країни походження може вживатися терміни «біо» (німецької – biologisch, французької – biologique, італійської – biologico та ін), «есо» (румунської – ecologic, шведської – ekologisk, польської – ekologiczne, «organic» (Англія, Ірландія) [3]. Крім вказівки термінів, які визначають органічну продукцію, мають міститися відповідні органічні логотипи, які, в свою чергу, можна поділити на дві групи:

1. Державні (обов'язковий логотип маркування продукції в країнах ЄС, державні логотипи органічної продукції в Данії Ø – маркою «органічний» по-датськи – Økologisk, Bio - Siegel – національний знак Німеччини з біопродукції);

2. Приватні логотипи відповідних організацій із сертифікації органічної продукції та асоціацій органічних сільських господарств і фермерств (Demeter, Naturland, Bioland, Ecoland, Biokreis, Ecovin (Німеччина); Soil Association (Великобританія); Bio Suisse (Швейцарія), Bio Austria, Austria Bio Garantie (Австрія), KRAV (Швеція)) (рисунок 1).

ЛОГОТИПИ МАРКУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

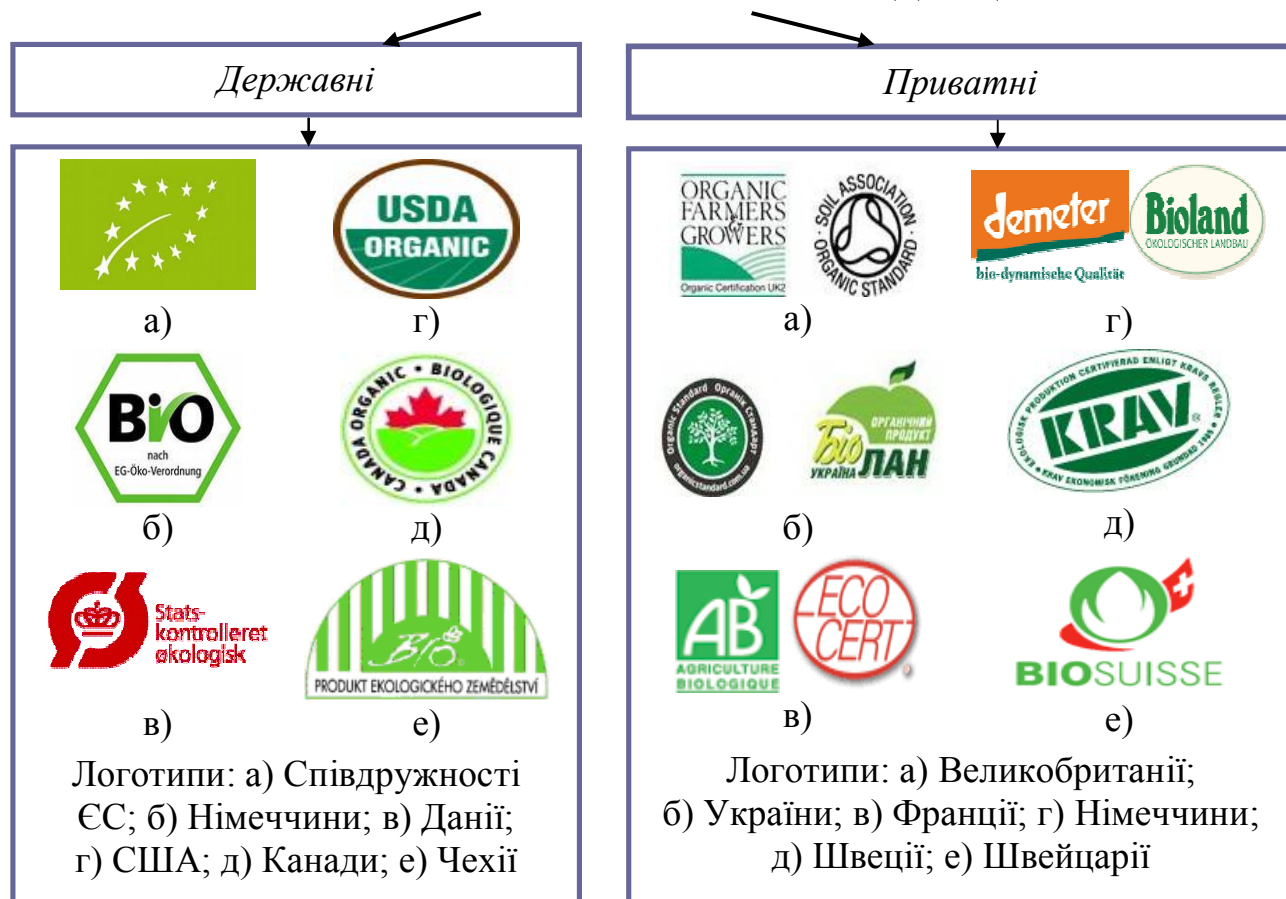


Рисунок 1 – Логотипи маркування органічної продукції

Таким чином, основним засобом визначення органічної харчової продукції є маркування. Процеси оцінки виробництва, а також ідентифікації маркування органічної продукції в Україні в більшості випадків здійснюються відповідно до норм Європейського Союзу (регламент (ЄС) № 834/ 2007, № 889/2008 (рисунок 2).

Згідно до вище названих вимог щодо змісту органічного маркування воно має мати такий вигляд як наведено на рисунку 3.

Для проведення ідентифікації маркування були відібрані три зразки органічного пива (таблиця 1)

З таблиці 1 чітко бачимо різницю між оригінальним маркуванням та маркуванням, яке надано українською мовою. Це вказує на факт, що українське законодавство з питань маркування харчової продукції має низку суттєвих відмінностей порівняно з європейським.

Вимоги щодо інформативності маркування органічної продукції
(постанова Ради (ЄС) № 834/2007, № 889/2008)

Використання термінів органічного виробництва: «біо», «еко», «органік»,
на всій території ЄС, залежно від мови

Відображати кодовий номер

контролюючої інстанції або органу контролю, до юрисдикції яких належить оператор:

- повинен починатися з акроніму, який ідентифікує країну-учасницю або третю країну, згідно з міжнародним стандартом дволітерних кодів країн ISO 3166 (*Коди для представлення назв країн та їх частин*);
- містити термін, який забезпечує посилання на метод органічного виробництва (ст. 23 Постанови (ЄС) № 834/2007);
- містити шифр, який надається уповноваженим органом влади;
- поміщатися безпосередньо під логотипом Співдружності, якщо такий логотип використовується у маркуванні

Відображати логотип Співдружності на упакованні



Можливе відображення національних та приватних логотипів

Якщо використовується логотип Співдружності, місце, де було вирощено сільськогосподарську сировину, з якої виробляється продукт, має бути вказане у тому ж полі, що й логотип, і має відповідно набувати однієї з таких форм:

- «EU Agriculture», якщо сільськогосподарська сировина була вирощена у ЄС;
- «non-EU Agriculture», якщо сільськогосподарська сировина була вирощена в третій країні;
- «EU/non-EU Agriculture», якщо частина сільськогосподарської сировини була вирощена у Співдружності, а частина – у третій країні.

Рисунок 2 – Вимоги щодо інформативності маркування органічної продукції відповідно до регламенту Ради (ЄС) № 834/2007, № 889/2008) [7; 8]

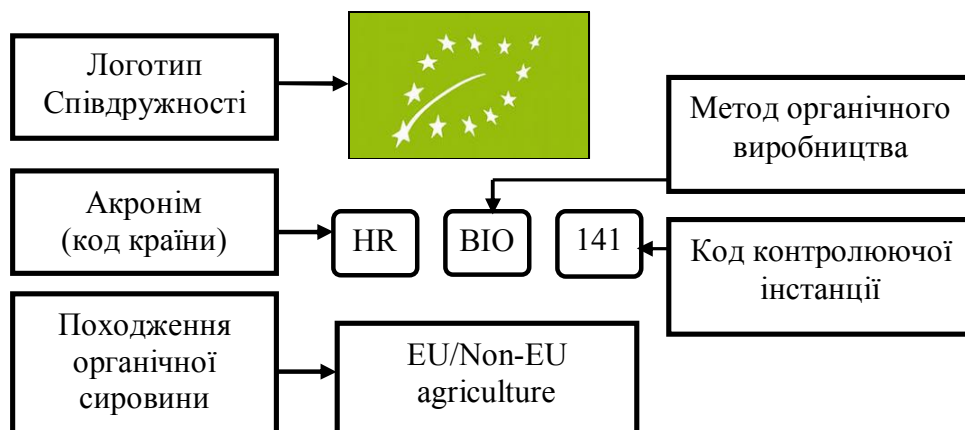








Рисунок 3 – Вигляд маркування органічної продукції відповідно до вимог ЄС

Таблиця 1 – Інформаційна ідентифікація зразків органічного пива




Зразки	Маркування (origin)	Маркування на українській мові
1	2	3
<p>Зразок № 1 – ТМ «Brunehaut»;</p> 	<p>Бельгійське пляшкове пиво верхового бродіння. Органічне пиво сертифіковане Certysis Бельгії. Склад: солод*, хміль*. * Від органічного виробництва Виробник: Пивоварня Brunehaut вулиця Panneries, B-7623 Brunehaut www.brunehaut.com Краще вжити до кінця: Квітень 2016 Об'єм 33 cl, Об'ємна частка спирту: 6,5 % Нанесено знак щодо заборони вживання вагітним жінкам</p>  <p>BE-BIO-01 EU Agriculture</p>	<p>Пиво не пастеризоване органічне Brunehaut Blonde. Склад: вода питна, солодовий ячмінь, хміль, дріжджі. Вміст спирту 6,5 %. Вміст сухих речовин: 14,2 %. Об'єм: 0,33 л Умови зберігання: у сухому місці при температурі до + 20°C та відносній вологості повітря не більше 85 %. Поживна (харчова) цінність на 100 г продукту: білки – 0,5 г; вуглеводи – 3,6 г; жири – 0 г. Енергетична цінність (калорійність) на 100 г – 42 Ккал. Дата виробництва: 04.2013. Термін придатності 3 роки. Номер партії (ЛОТ): див. на упаковці. Надмірне вживання шкідливе для вашого здоров'я. Небажано вживати водіям, вагітним жінкам, дітям 18 років, спортсменам та алергікам. Не містить ароматизаторів, штучних барвників та ГМО. Виробник: Brasserie de Brunehaut s.a., 17, Rue de Panneries, B-7623 Brunehaut Бельгія. Тел: +32 69 34 64 11 Імпортёр-дистриб'ютор: ТОВ «Бюро Вин» Факс: (044) 390-79-60 Винний експерт магазину Good Wine – Мечникова 9 тел. (044) 491-10-75, 9-075. Юридична адреса: 01133, м. Київ, вул. Мечникова 9. Без ГМО www.goodwine.ua</p>
<p>Зразок № 2 – ТМ «Weibenoher Classic Export»</p> 	<p>Weibenoher Classic Export Краще вжити до: див. на фронтетикетці. Пиво: Склад: вода, солод*, хміль*. *= kbA – BIOLAND (органічне землеробство) DE 006 Ökokontrollstelle www.klosterbrauerei-weissenhohe.de Об'ємна частка спирту: 4,9 %. Об'єм 33 cl логотип Співдружності нанесено на корельську</p> 	<p>Баварське світле пиво «Weibenoher Classic Export» Екологічно чисте. Склад: хміль, солод, вода Об'ємна частка спирту: 4,9 %. Масова частка сухих речовин в початковому суслі 12,6 %. Без ГМО! Енергетична цінність: 33 ккал/100 г. Термін зберігання: 12 міс. Зберігати в темному прохолодному місці. Вжити до: див. на пляшці (09.02.14). Номер партії ідентифікується датою виробництва. Місткість: 0,33 дм³. Виробник: Klosterbrauerei Weissenhohe, 911367 Weissenhohe, Німеччина Імпортёр/Дистриб'ютор: ДП «Ед.Хаас Україна», м. Київ, пр. Сталінграда, 11. Тел.: (044) 391 23 79</p>

Продовження таблиці 1

1	2	3
<p>Зразок № 3 – ТМ «Bayreuther Bio-Weisse»</p> 	<p>Склад: вода, пшеничний * * та житній солод*, дріжджі, хміль *. * З контрольованого органічного землеробства. Braugerei Gerbruder Maisel KG/ Hindenburgstr. 9, 95445 Брауерай Строк зберігання Об'ємна частка спирту: 5,0 %. Об'єм 0,5 л</p>  <p>DE-006-Öko DE-Landwirtschaft</p>	<p>Баварське пшеничне пиво «Bayreuther Bio-Weisse», світле. Екологічно чисте. Склад: хміль, пшеничний солод, ячмінний солод, вода. Об'ємна частка спирту: 5 %. Без ГМО! Масова частка сухих речовин в початковому суслі: 12,31 % Термін зберігання 9 міс. Зберігати в темному прохолодному місці. Вжити до: див. на пляшці (01.12.2012) Місткість: 0,5 мл Виробник: Braugerei Gerbruder Maisel KG/ Брауерай Гебрюдер Майзель КГ, Байрот, 95407, Нмеччина. Імпортер/Дистриб'ютор: ДП «Ед.Хаас Україна», м. Київ, пр. Сталінграда, 11. Тел.: (044) 391 23 79</p>

Наразі маркування харчової продукції в країнах ЄС [10] здійснюється відповідно до вимог директиви 2000/13/ ЄС від 20 березня 2000 р. щодо зближення законодавств держав-членів, що стосуються маркування, оформлення та реклами харчових продуктів (які є прийнятними до 12.12.2014 року, після чого регулювання буде здійснюватися відповідно до вимог регламенту (ЄС) № 1169/2011 від 25 жовтня 2011 р. про надання споживачам інформації про продукти харчування, що вносить зміни до регламенту (ЄС) 1924/2006 і (ЄС) 1925/2006 Європейського парламенту і Ради ЄС, а також скасовує директиву 87/250/ЕЕС Європейської комісії, директиву Ради 90/496/ЕЕС ЄС, директиву 1999/10/ЄС Європейської комісії, директиву 2000/13/ЄС Європейського парламенту і Ради ЄС, директиви 2002/67/ЄС і 2008/5/ЄС Європейської комісії та регламенту (ЄС) 608/2004 Європейської Комісії).

Таблиця 2 – Характеристика маркування зразків пива за логотипом «Органічне»

Маркування зразків пива, віднесеного до типу «Органічне»		
Зразок № 1 ТМ «Brunehaut» (blonde Bio gluten free beer) (Бельгія)	Зразок № 2 ТМ «Weissenhofer Classic Export» (Німеччина)	Зразок № 3 ТМ «Bayreuther Bio-Weisse» (Німеччина)
 <p>BE - BIO - 01 EU Agriculture</p>	<p>Логотип Співдружності нанесено на корел'єтку</p>  <p>В основному тексті маркування зазначено: DE 006 Ökokontrollstelle</p>	 <p>DE - 006 - Öko DE - Landwirtschaft</p>

Зазначені факти обумовлюють подальшу політику держави в процесі гармонізації вимог маркування харчової продукції (технічний регламент про маркування харчових продуктів) з вимогами ЄС.

Дослідження показало: представлене маркування зразків № 1 – ТМ «Brunehaut» (blonde Bio gluten free beer), і № 3 – ТМ «Bayreuther Bio-Weisse», відповідає вимогам регламенту Ради (ЄС) № 834/ 2007, № 889 /2008.

Щодо маркування зразка № 2 ТМ «Weissenhofer Classic Export», то можна відзначити відхилення від встановлених вимог, а саме, логотип Співдружності ЄС «Органічне» нанесено окремо від кодового номера, що не відповідає зазначеним раніше вимогам.

Висновки

За результатами дослідження встановлено, що органічна продукція починає займати певну нішу, яка демонструє швидкі темпи збільшення на ринку харчової продукції України. При цьому маркування є першим джерелом ідентифікації такої продукції. За даними дослідження слід визнати маркування зразків № 1 та № 3 відповідними вимогами регламенту Ради (ЄС) № 834/2007, № 889/2008. Встановлені відхилення у маркуванні зразка № 2 від вимог дозволяють рекомендувати більш ретельну оцінку якості продукції на предмет наявності ідентифікаційних маркерів партійної приналежності й органічного походження з використанням сучасного методу детального скринінг-аналізу.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі мають бути спрямовані на виділення маркерів, що підтверджують органічний статус харчових продуктів, які реалізуються на ринку під маркою «Органічний продукт».

Список літератури / References:

1. Кодекс Алиментариус. Органические пищевые продукты / Пер. с англ.; ФАО, ВОЗ. – М.: Весь Мир, 2006. – 72 с.
Kodeks Alimentarius. Organicheskiye pishchevyye produkty [The Codex Alimentarius. Organic food products] (2006), FAO, VOZ, Translated from engl., Ves mir, Moscow, Russia, 72 p.
2. The IFOAM standart for organic production [Electronic resource]. – Available from: <<http://www.ifoam.org>>.
“The IFOAM standart for organic production”, available at: www.ifoam.org.
3. Council Regulation (EC) No 834/2007 of 28 June 2007 on organic production and labelling of organic products and repealing Regulation (EEC) No 2092/91 [Electronic resource]. – Available from: <<http://eur-lex.europa.eu>>.
Council Regulation (EC) No 834/2007 of 28 June 2007 on organic production and labelling of organic products and repealing Regulation (EEC) No 2092/91, available at: <http://eur-lex.europa.eu>.
4. Николаева М.А. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров: учеб. пособие / М.А. Николаева, М.А. Положишникова. – М.: ФОРУМ; ИФРА-М, 2009. – 464 с.
Nikolayeva, M.A. and Polozhishnikova, M.A. (2009), *Identifikatsiya i obnaruzheniye falsifikatsii prodovolstvennykh tovarov* [Identification and detection of adulteration of food products], ID “FORUM”, “IFRA-M”, Moscow, Russia, 464 p.

5. Краснянчин Я.Н. Хемометрические методы в контроле подлинности продуктов питания и пищевого сырья / Я.Н. Краснянчин, А.В. Пантелеймонов, Ю.В. Холин // Методы и объекты химического анализа. – 2010. – Т. 5, № 3 – С. 118-137.
Krasnianshin, Ya.N., Panteleymonov, A.V. and Kholin, Yu.V. (2010), “Hemometric methods in the control of food authenticity and food raw materials”, *Metody i obyekty khimicheskogo analiza*, Vol. 5, no. 3, pp. 118-137.
6. Системи управління безпечністю харчових продуктів: ДСТУ 4161-2003. – К.: Держспоживстандарт України, 2003. – 19 с.
“Food safety management system”, DSTU 4161-2003, Derzhspozhyvstandart Ukrainy, Kiev, Ukraine, 19 p.
7. Правила для виробників сертифікованої органічної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-44-34>>.
“Rules for producers of certified organic products”, available at: www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-44-34.
8. Ходус А.В. Хозяйствовать экологически можно уже сейчас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.biosafety.ru/tmp/File/bulletin_28.pdf>.
Khodus, A.V. “Manage ecologically can already now”, available at: www.biosafety.ru/tmp/File/bulletin_28.pdf.
9. Council Regulation (EC) No 889/2008 of 5 September 2008 laying down detailed rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 834/2007 on organic production and labelling of organic products with regard to organic production, labelling and control [Electronic resource]. – Available from: <<http://eur-lex.europa.eu>>.
Council Regulation (EC) No 889/2008 of 5 September 2008 laying down detailed rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 834/2007 on organic production and labelling of organic products with regard to organic production, labelling and control, available at: <http://eur-lex.europa.eu>.
10. Food labelling – EU rules [Electronic resource]. – Available from: <http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/foodlabelling/index_en.htm>.
“Food labelling – EU rules”, available at: http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/foodlabelling/index_en.htm.

Цель. Рассмотрены основные принципы маркировки органической пищевой продукции, которая является одним из элементов подтверждения ее подлинности для потребителей. Определение информативности маркировки органической продукции проведено на примере образцов органического пива зарубежного производства с логотипом «Органическое» согласно требованиям стандартов органического производства Европейского Союза.

Методы. В процессе выполнения научной работы поставленные задачи решались с использованием общеизвестных методов познания: логического анализа, комплексного системного подхода, экспертных методов исследования.

Результаты. Из-за отсутствия в Украине законодательного документа по вопросам регулирования производства и оборота органической пищевой продукции основные принципы маркировки данной продукции рассмотрены в соответствии с требованиями Регламентов (ЕС) № 834/2007 и № 889/2008. Проведена идентификация маркировки образцов органического пива зарубежного производства по логотипу «Органическое», в результате кото-

рой было установлено соответствие маркировки образцов органического пива № 1 и № 3, для образца № 2 были выявлены отклонения в соответствии с утвержденными требованиями.

Научная новизна. Доказано отсутствие в Украине законодательного документа по вопросам регулирования производства и оборота органической пищевой продукции, как элемента подлинности, подтверждение принадлежности продукции к органической, что важно для потребителей. Также отмечено значимость информативности маркировки органической пищевой продукции. Определены основные принципы маркировки органической пищевой продукции в соответствии с требованиями ЕС.

Практическая значимость. Маркировка продукции, и органических пищевых продуктов, в частности, является важным элементом международных торговых отношений и обуславливает надлежащее функционирование продовольственного рынка. На примере образцов органического пива зарубежного производства с логотипом «Органическое» согласно требованиям стандартов органического производства Европейского Союза проведено исследование органической продукции и даны рекомендации относительно дальнейших исследований проблемы.

Ключевые слова: органические продукты, информативность, маркировка, идентификация, Регламент ЕС № 834/2007.

Objective. Basic principles of labelling of organic food that is one of elements of confirmation of its authenticity for consumers are considered. Determination of informing of labelling of organic products held by the example of sample of organic beer of foreign production with a logo "Organic" in accordance with the requirements of standards of organic production of European Union.

Methods. In carrying out scientific work the assigned tasks were solved using commonly known methods of knowledge: logical analysis, integrated systems approach, expert methods.

Results. Due to the lack in Ukraine legal document on the regulation of production and turnover of organic food basic principles labeling of these products are reviewed in accordance with Regulations (EC) № 834/2007 and № 889/2008.

Scientific novelty. It is proved absence in Ukraine legal document on the regulation of production and turnover of organic food products, as part of authentication, confirmation of belongingness to organic products production, which is important for consumers. Also noted the importance of informativeness labeling of organic food. The main principles for the labelling of organic food products, according to EU requirements are defined.

Practical value. Labelling of products and, in particular organic foods is an important element of international trade relations and determines the proper functioning of the food market. On the example of organic beer samples of foreign production with a logo "Organic" in accordance with the organic standards of the European Union, the research of organic production are conducted and also recommendations for further research of this problem were provided.

Key words: organic foods, informativeness, labelling, authentication, Regulation of EC № 834/2007.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук,
проф. Малигіною Валентиною Дмитрівною.
Дата надходження рукопису 12.06.2013 р.