

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

В.В. Липчук, доктор економічних наук, професор
Н.В. Липчук, кандидат економічних наук, доцент
Львівський національний аграрний університет
wlipczuk@ukr.net

Розвиток екологічного виробництва в Україні знаходиться в зародковій стадії і залежить від законодавчого, організаційного, фінансового та інформаційного забезпечення. Саме з відміченими сферами та початковою стадією процесу екологічного виробництва і пов'язані основні його розвитку в Україні. Натомість в Європейському Союзі сформовані певні традиції, є достатній досвід і напрацювання, а відповідно і свої проблеми, які в майбутньому можуть бути характерними і для вітчизняного сільського господарства.

Ситуація на глобальному ринку органічної продукції, зростання попиту на неї, розробка і прийняття стратегії розвитку Європейського Союзу «Європа 2020» значно інтенсифікували останнім часом роботу Європейської комісії та інших органів Євросоюзу з вдосконалення виробництва і сертифікації екологічної продукції. В цьому напрямку за 2012-2013 роки створено спеціальну керівну групу, розширену дорадчу групу з екологічного сільськогосподарського виробництва, підготовлено спеціальні рапорти та проекти вдосконалення існуючого законодавства, проведено багато різних слухань, консультацій, конференцій, конгресів. Результатом цього очікується прийняття в

2014-2015 роках відповідних рішень Європарламенту і Ради Європи і впровадження з 2016 року нового законодавств в сфері екологічного виробництва.

Проведені заходи дозволити ідентифікувати основні проблеми стосовно екологічного виробництва в Європейському Союзі. В їх сукупності ключовими визнано [2]:

- 1) проблеми, пов'язані з конкурентоздатністю європейських виробників екологічної продукції;
- 2) проблеми, пов'язані зі стандартами, зокрема їх впровадженням і актуалізацією;
- 3) проблеми, пов'язані з довірою споживачів.

Перший блок проблем стосується внутрішнього і зовнішнього ринків. Щодо внутрішнього ринку, то основними з них є високий рівень внутрішньої конкуренції, оскільки, за винятком молока, пропозиція екологічної продукції покриває наявний попит, який є відносно низьким. Високі ціни на екологічну продукцію стримують попит на неї. Разом з тим, дослідження показують, що 77,5 % європейців готові заплатити за екологічну продукцію більше, ніж за звичайну, в тому числі 51,2 % з них готові заплатити на 15-15% більше. Серед проблем внутрішнього ринку виділяють також недостатньо організовану мережу дистрибуції екологічних продуктів; слабку підтримку виробниками наукових досліджень, створення і розвитку нових товарів; не достатню доступність окремих засобів для сільськогосподарських виробників, які трансформують господарства в екологічні, зокрема насіння, кормів, молодняка тварин. Надмірне адміністрування перешкоджає дрібним фермерам інтегруватися в схему екологічного виробництва Європейського Союзу.

Серед інших внутрішніх проблем доцільно виділити певні перешкоди в сертифікації, контролі і бюрократизм стосовно дрібних товаровиробників. Відмітимо, що великі виробники можуть здійснювати вплив на органи сертифікації продукції, оскільки така сертифікація є платною.

Основними зовнішніми проблемами конкурентоздатності виробників екологічної сільськогосподарської продукції є: переважно значно нижчі сертифікаційні вимоги і рівень контролю (стосується і України), що створює конкуренцію виробникам екологічної продукції з Євросоюзу; короткий період адаптації в третіх країнах; проблеми із взаємним визнанням рівнозначності норм і стандартів і необхідністю багатосторонності угод; часто надто ускладненим процесом експорту в інші країни, недостатньою поінформованістю експортерів екологічної

продукції стосовно переліку країн з подібними системами сертифікації, наявності пунктів сертифікації тощо.

Проблеми, пов'язані зі стандартами екологічного виробництва в Європейському Союзі, стосуються відмінної інтерпретації права в різних країнах, надто багатьма відхиленнями від загальноприйнятих норм і правил, відсутністю гармонізації результатів досліджень щодо залишків пестицидів та хімічних сполук в продуктах. Особливою є проблема узгодженості екологічної продукції з продукцією, вирощеною на основі ГМО та її маркування, оскільки останнє є важливою умовою ідентифікації саме екологічної продукції. В цьому контексті багато уваги останнім часом приділяється можливостям і потребам розширити законодавство в нових сферах застосування екологічних продуктів, зокрема в харчуванні, виробництві косметики, текстилю та годівлі домашніх тварин, стосовно окремої продукції, зокрема вовни та шкіри. Потребують вдосконалення стандартизація та відповідна оцінка і таких сферах як переробка та торгівля екологічними продуктами.

Необхідність дотримання стандартів потребує посилення контролю екологічного виробництва. Відповідним розпорядженням Єврокомісії зразки для вмісту несанкціонованих речовин відбиратимуться в 5%, додатковий контроль, як і не заплановані додаткові інспекції, здійснюватиметься у 10% виробників екологічної продукції [4].

Третя група проблем екологічного виробництва стосується підвищення довіри споживачів. Ці проблеми сформували та ускладнюють різноманітність логотипів (крім уніфікованого) екологічної продукції, пріоритети окремих країн-членів союзу щодо національних логотипів над загальносоюзними, відмінні санкції щодо недотримання стандартів, відсутність відповідної інформації, зокрема і статистичних даних щодо ринку екологічної продукції. Їх вирішення в значній мірі стримується труднощами в оцінці сектора екологічної продукції, можливостями проведення глибокого економічного аналізу через відсутність достовірної і повної інформації, зокрема в сфері торгівлі.

Налагодження відповідної комунікації, насамперед інформування про суть та значення екологічного виробництва залишається однією з важливих проблем щодо екологічного виробництва. Це в цілому стосується всієї Спільної аграрної політики ЄС. Відповідно до проведених досліджень (2009 р.) лише 41% громадян ЄС поінформовані про САП, хоча переважна більшість громадян ЄС (90%) вважає, що сільське господарство та сільські

території є важливими для майбутнього Європейського Союзу [1]. Саме тому в 2010 році прийнята Зовнішня Комунікаційна стратегія на 2010-2014 рр., головною метою якої є підвищити рівень інформованості громадян спільноти про САП і її переваги.

Вирішення відмічених проблем передбачається завдяки реалізації пропозицій Європарламенту [3], які повинні забезпечити:

- усунення перешкод на шляху сталого розвитку органічного виробництва в ЄС;
- забезпечити справедливу конкуренцію та поліпшення функціонування внутрішнього ринку екологічної продукції;
- збереження та покращення споживчої довіри населення до екологічних продуктів.

Такі пропозиції узгоджені в рамках стратегії «Європа 2020» і здатні забезпечити сектор екологічного виробництва більш конкурентоздатним та ефективним.

Література

1. Communicating the Common Agricultural Policy. – ENRD Seminar – Vilnius, 3-4 March 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://enrd.ec.europa.eu/app_templates/enrd_assets/pdf/event-meeting/seminars-conferences/crd/communicating_common_agri_policy.pdf.
2. Metera Dorota Status przeglądu rozporządzeń UE dotyczących rolnictwa ekologicznego, przegląd – ewentualne skutki dla sektora produktów ekologicznych [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://forumrolnictwaekologicznego.p...ces_on_the_organic_sector_Metera.pdf.
3. Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on organic production and labelling of organic products, amending Regulation (EV). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hpslex.de/EUBIORECHTENTWURFKOM%2001.2014.pdf>
4. Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE). NR 392/2013 z dnia 29 kwietnia 2013 r. // Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, 1.118/5 від 20.05.2013 р.