

СУЧАСНИЙ СТАН ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ

Є.В. Гаваза, аспірант
ННЦ «Інститут аграрної економіки»

В умовах інтенсивного розвитку промисловості і сільського господарства особливої актуальності набуває проблема забезпечення населення високоякісними та екологічно чистими продуктами

харчування вітчизняного виробництва. Виробництво такої продукції можливе лише за умови застосування альтернативних екологобезпечних методів господарювання, зокрема органічного землеробства. В Україні та світі органічне виробництво перебуває на етапі активного розвитку. Постійно зростає кількість сільськогосподарських підприємств, що сертифікують свою діяльність відповідно до органічних стандартів.

Україна спеціалізується на виробництві органічної продукції рослинництва. Вирощуються зернові (пшениця, ячмінь, жито, овес), олійні (соняшник) та бобові культури (горох, соя). Вирощування овочів та фруктів перебуває на початковому етапі. В структурі посівів 17 % припадає на пшеницю, по 16 % – на ячмінь та соняшник, 11 % – на кукурудзу; 4 % займає горох; по 1 % – ріпак і гречка. Решта (34 % посівних площ) відводиться під сою, жито, овес, сорго, просо, гірчицю, цукрові буряки, еспарцет і т.д.

Впровадження органічних технологій у тваринництво пов'язано з рядом проблем, найскладніші з яких – нерозвиненість внутрішнього ринку збуту та відсутність державної підтримки, тому перехід на органічне тваринництво поки що є збитковим. Більшість українських органічних господарств розташовані на території Одеської, Херсонської, Полтавської, Вінницької, Львівської, Тернопільської та Хмельницької областей. Найвідомішими з органічних господарств є: ПП «Агроєкологія» (Полтавська область), група компаній «Етнопродукт» (Чернігівська область), ТОВ «Галекс-Агро» (Житомирська область), «Органічне господарство Махаріші» (Херсонська та Миколаївська області), ТОВ «Жива земля Потугори» (Тернопільська область), «Царський садовник» (Київська область) тощо. Найбільшими переробними підприємствами органічної продукції є: ТОВ «Круп'яний дім», ТМ «Жменька»; Фабрика бакалійних продуктів; ДП ДАК «Хліб України» Новоукраїнського комбінату хлібопродуктів, ТМ «Геркулес»; ТОВ «Крок», Консервний цех Іллінецького НДГ; ТОВ «ДПК Вайз», ПАТ «Ічнянський молочно-консервний комбінат»; Львівська кавова фабрика, ТМ «Галка»; Асоціація виробників органічної продукції «Чиста Флора»; ТМ «Пан Еко» та ТОВ «Харків Натурпродукт».

Зростанню популярності органічного виробництва в Україні сприяє активна робота громадських організацій та асоціацій, таких як: Міжнародна асоціація учасників органічного виробництва «БІОЛан Україна», сертифікаційний орган «Органік Стандарт», Спілка учасників органічного сільського господарства «Натурпродукт», Всеукраїнська громадська організація «Клуб органічного землеробства», Всеукраїнська громадська організація «Жива планета»,

Торговельний дім «Органік Ера», інформаційний центр «Зелене Досє» та ін. Багато з цих організацій є членами Федерації органічного руху України, діяльність якої спрямована на об'єднання зусиль виробників, наукових і навчальних закладів й інших підприємств, а також приватних осіб і установ, зацікавлених у виробництві й поширенні здорової, безпечної для споживання продукції.

В 2011 р. обсяги продажів органічної продукції склали 55,6 млн. грн. з потенціальним приростом 80-100 % щороку. Це всього 0,022 % загальної кількості сільськогосподарської продукції, що продається в Україні, тоді як в країнах Євросоюзу, таких як Данія та Австрія даний показник перевищує 7 % (табл. 1).

Таблиця 1

Розвиток ринку органічної продукції в Україні

Показник	2005 р.	2011р.	Приріст 2011 р. до 2005 р.	
			в нат. од	%
Валова продукція с.-г., млн. грн. (у факт. ціні)	92540	248408	+155868	+168,4
Розмір ринку органічної продукції, млн. грн.	3,1	55,6	+52,5	+1693,5
Частка органічної продукції на ринку, %	0,003	0,022	–	–
Кількість населення, тис. чол.	46929,5	45633,6	-1295,9	-2,8
Споживання органічної продукції на душу населення в рік, грн.	0,07	1,22	+1,14	+1640,5

Катастрофічно відстає від розвинених країн рівень споживання органічної продукції на душу населення в рік. Хоча він зріс майже з нульової позначки в 2005 р. до 1,22 грн в 2011 р., проте до рівня таких країн, як Швейцарія чи Данія, де середньорічне споживання органічної продукції на душу населення сягає 153 та 142 євро відповідно, ще дуже далеко. На сьогоднішній день органічні продукти можна придбати в таких спеціалізованих магазинах: «Natur Boutique» (Натур Бутік), «Еко-Шик», «Delight», ТД «Органік Ера» та ін. Серед супермаркетів слід згадати: «МегаМаркет», «Білла», «Сільпо», «METRO», «Вест Лайн», «Чумацький шлях», «Фуршет», «Шереметьєв», «Край», «Кантрі Лайф». Поява органічної продукції в асортименті супермаркетів зумовлена цільовою аудиторією, яка за основними характеристиками збігається з потенційними споживачам органічної продукції. Відвідувачі супермаркетів, в основному, це люди з доходом вище середнього, які цінують високу якість, натуральність і свіжість продукції, можливість

вибору, широту асортименту й цікавляться новими товарами.

Активно розвивається торгівля органічними продуктами через мережу Інтернет. Найпопулярнішими в Україні є інтернет-магазини: «Eco Club» (<http://ecoclub.ua>), «Еко Ідея» (<http://ecoidea.com.ua>), «Organic Food» (<http://organicfood.com.ua>), «Milk Shop» (<http://milkshop.com.ua/>), «Органік Світ» (<http://organic-svit.dp.ua>), «Комора» (<http://e-komora.com.ua>) та «Екомагазин» (<http://ecomagazin.com.ua>). Більшість української органічної продукції виробляється для експорту за кордон та реалізується, зокрема, через такі фірми, як «Круп'яний дім», ТОВ «Украгрофін», Американсько-польську компанію SYMBIO. Деякі компанії купують органічну продукцію у вигляді сировини для переробки та виробництва готової продукції, серед них – НІРР-Україна, відділ реалізації Асоціації «БіоЛАН Україна», компанія «Jim Naese», підприємства, що виробляють дитяче та дієтичне харчування (Хорольський комбінат у Полтавській області, Балтський в Одеській області, Новоград-Волинський та Одеський комбінати дитячого харчування).

Серед мотивів придбання органічного продовольства споживачі відзначають турботу про власне здоров'я і здоров'я сім'ї, занепокоєння станом навколишнього природного середовища та якістю продуктів харчування, високі смакові властивості органічної продукції. Причинами відмови від придбання таких продуктів є високі ціни, відсутність продукції в окремих закладах роздрібної торгівлі, недовіра до знаків маркування та якості продукції, скептичне ставлення до самої ідеї органічних продуктів. Однією із ключових проблем є визначення залежності між рівнем доходів громадян та бажанням купувати органічну продукцію. Встановлено, що із збільшенням доходів підвищується попит на органічну продукцію. Оскільки органічна продукція реалізується за вищими цінами порівняно із звичайною, важливим є визначення рівня прийнятної ціни для споживачів цієї продукції. На 50 % більше готові заплатити 40 % споживачів, більше ніж у два рази – 20 %, більше ніж у три рази – близько 6 %. Не згодні переплачувати взагалі близько 34 %, насамперед через низький рівень доходів [1].

Таблиця 2

Готовність споживачів переплачувати за органічну продукцію [2]

На 30-40 % дорожче	На 50-60 % дорожче	На 80 % дорожче	На 100 % дорожче
Сухофрукти, гриби, приправи, консервована продукція	Крупи, пластівці, макаронні вироби	М'ясо, олія	Дитяче харчування, молочні продукти, мука, хліб, чай, кава, соки, свіжі овочі та фрукти

При вивченні переваг споживачів щодо найбільш зручних місць для здійснення покупки органічної продукції, більшість надають перевагу спеціалізованим магазинам (37%), спеціальним відділам у супермаркетах (29%), на окремих полицях у супермаркетах (19,5%), на ярмарках (7,5%).

На сьогоднішній день органічна продукція представлена в основному в Інтернет-мережі та спеціалізованих магазинах, а також частково у супермаркетах. З метою збалансованого розвитку збутової інфраструктури доцільно використати досвід країн із сформованим ринком органічної продукції, заохочуючи товаровиробників до об'єднання у кооперативи, розвиваючи прямий збут, створюючи спеціалізовані місця на аграрних ринках, стимулюючи переробку органічної продукції (рис. 1).



Рис. 1. Перспективні канали збуту органічної продукції на продовольчому ринку

Органічне виробництво має важливе соціальне, економічне та екологічне значення для держави в цілому. Технології органічного виробництва спрямовані на покращення екологічного стану, підвищення якості ґрунтів, збереження біологічного різноманіття. Позитивний ефект полягає і в підвищенні конкурентоспроможності української продукції на світових ринках, тому розвиток органічного виробництва і ринку органічної продукції має стати одним із пріоритетних напрямків державної політики в аграрній сфері.

Література

1. Яценко О. М. Формування попиту на органічну продукцію на агропродовольчому ринку/ О.М. Яценко // Інноваційна економіка. – 2010. – № 3. – С. 204-208.
2. Бородачева Н. Органическое производство в Украине/ Н. Бородачева // Агрперспектива. – 2004. – № 12. – С. 54-56.