

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Войткевич Н.О. аспірант
Полтавська державна аграрна академія
nadin.vi@mail.ru

За останні декілька років значно зріс попит на органічну продукцію, як для експорту, так і для внутрішнього ринку. Із прийняттям Закону України, який було ухвалено 3 вересня 2013 року «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини», зроблено перший крок до державної підтримки органічного сільського господарства в Україні. З посиленням екологічного руху для споживача стають більш відомими органи сертифікаційного контролю (Органік Стандарт, IMO control) та стандарти приватного (BIOsuisse, Bioland), національного (USDAORGANIC, BIOLOGIQUE CANADA) та міжнародного (Demeter, знак євро листа) рівнів.

Проведене соціологічне опитування в м. Полтава (260 респондентів віком від 18 до 67 років), метою якого було дослідження обізнаності жителів про екологічно безпечну продукцію та вплив її на здоров'я людини, показало, що більшість респондентів ідентифікують органічну продукцію як таку, що не містить ГМО та при її виробництві не використовуються шкідливі препарати. Більшість респондентів усвідомлюють, що продукти харчування мають великий вплив на здоров'я. Найважливішим при купівлі продуктів харчування для 55% респондентів є те, що товар є знайомим, смачним і корисним. 55% респондентів готові платити на за екологічну продукцію 21-50% більше (рис. 1-4).



- 1 варіант 52%
- 2 варіант 36%
- 3 варіант 12%

Рис. 1. Відповіді респондентів на питання «Що таке органічна продукції?»

- 1 варіант – екологічна продукція не містить ГМО, не використовуються шкідливі препарати при вирощуванні рослин;
- 2 варіант – продукція, вирощена сільськими жителями;
- 3 варіант – точно не могу дати відповідь, але напевне корисніша для здоров'я.



- 1 варіант 84%
- 2 варіант 15%

Рис. 2. Відповіді респондентів на питання «На Вашу думку, чи великий вплив мають продукти харчування на здоров'я?»

- 1 варіант – дуже мають великий вплив;
- 2 варіант – якимсь чином впливають, але їм все, що подобається;
- 3 варіант – ніяк не впливають.



- 1 варіант 55%
- 2 варіант 20%
- 3 варіант 25 %

Рис. 3. Відповіді респондентів на питання «Що для Вас найважливіше при купівлі продуктів харчування?»

- 1 варіант – знайомий товар, смачний і корисний для мене продукт;
- 2 варіант – низька, доступна ціна;
- 3 варіант – маркування «екологічний продукт».



- 1 варіант 40 %
- 2 варіант 50%
- 3 варіант 10%

Рис. 4. Відповіді респондентів на питання «На скільки більше Ви готові платити за екологічну продукцію?»

- 1 варіант – на 10-20%;
- 2 варіант – на 21-50%;
- 3 варіант – на 51- 100%.

За даними соціологічного опитування можемо робити висновки про готовність людей до споживання екологічно безпечної продукції. Громадяни шукають представників та місця реалізації органічної продукції. Але на даному етапі розвитку органічного сектору існує неповна довіра до виробників, які можуть маркувати продукцію під назвою «біо», «еко» невідповідної якості.

Для вирішення питань прискорення розвитку органічного сектору в Україні необхідна більш активна участь держави у цьому процесі, продовження та посилення співпраці з іноземними організаціями для ефективного обміну досвідом. Досить великий вплив на усвідомлення екологічного вибору суспільством мають ЗМІ, екологічні проекти культурно-духовного значення, в ключі яких стоїть популяризація програм «Органічне землеробство», «Екологічна продукція».