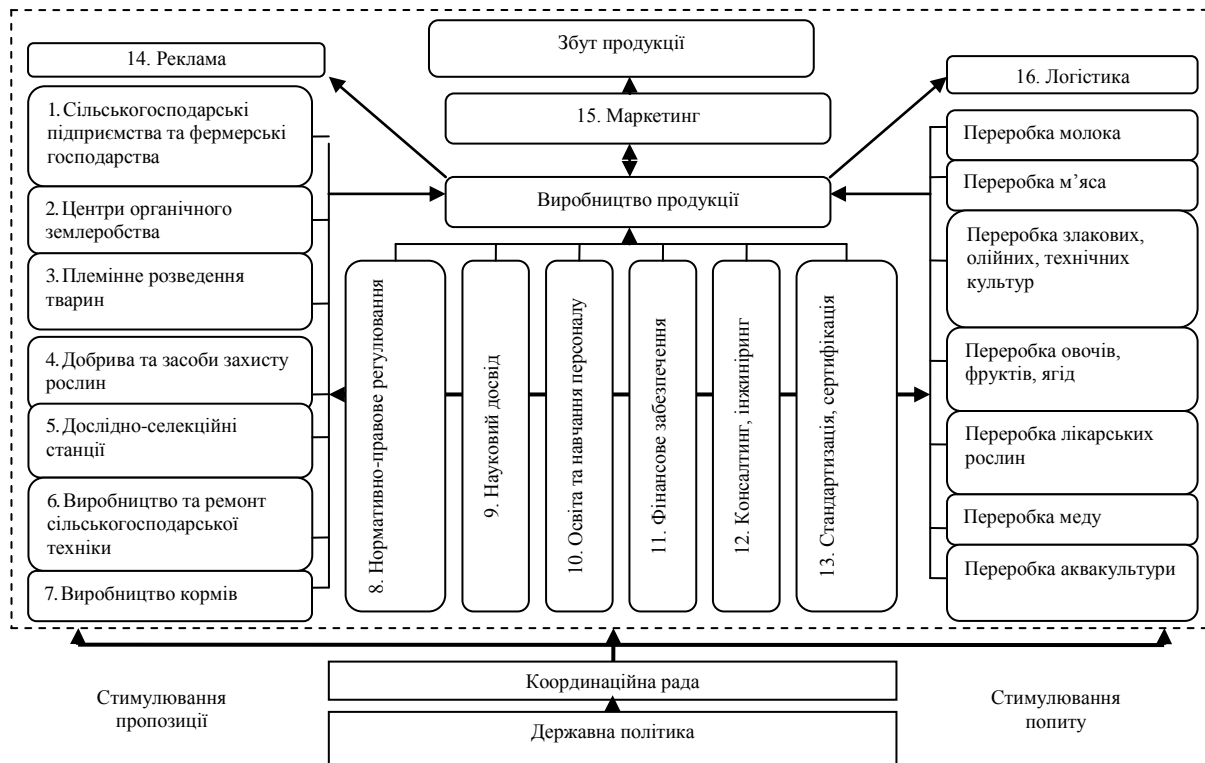


## **ФОРМУВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Т.О. Чайка, кандидат економічних наук  
Полтавська державна аграрна академія  
*chaykata@mail.ru*

Розвиток органічного землеробства у світі став поштовхом до вирощування екологічно чистої продукції для українських сільськогосподарських товаровиробників. В Україні внутрішній ринок органічних продуктів харчування ще не достатньо сформований, що обумовлено недостатнім розвитком каналів збуту та рівнем поінформованості споживачів щодо переваг цієї продукції. Формування відкритого ринку органічної сільськогосподарської продукції та інтеграція України у світовий господарський простір є, на нашу думку, економічною основою підвищення ефективності аграрного сектора економіки, забезпечення продовольчої безпеки, важливою умовою для подальшого економічного та соціального розвитку сільських територій.



**Рис. 1. Організація ринку органічної сільськогосподарської продукції.**

Джерело: розвинуто [2].

Для цього необхідна налагоджена інфраструктура ринку органічної сільськогосподарської продукції, що забезпечує здійснення обмінних процесів від виробника до споживача (місцеві та оптові ринки, заклади роздрібною торгівлі, ярмарки, торгові доми, біржі тощо).

Сучасний стан ринку органічної сільськогосподарської продукції характеризується повільним формуванням інфраструктури, що збільшує втрати цієї продукції, погіршує її якість, сприяє формуванню завищених цін, створює недоліки фінансового й інформаційного забезпечення даного процесу. Існуючі проблеми ускладнюються відсутністю мережі посередницьких структур, які б на конкурентній основі сприяли збуту продукції за вигідною ціною та формуванню ринкової інформації [3, 4]. Логістичний ланцюг ринку органічної сільськогосподарської продукції в Україні на сучасному етапі представлений на рис. 2.

За час реформування агропромислового комплексу в Україні склалася достатньо диверсифікована структура господарських суб'єктів, зокрема за розмірами господарств, організаційно-правовим формами тощо. У зв'язку з цим, виробничий сектор, який постачає на ринок органічну сировину для переробної та харчової промисловості, представлений різними за масштабами, сферою діяльності та спеціалізацією господарствами. Окрім того, виробництвом органічної сільськогосподарської продукції сьогодні займаються аграрні науководослідні установи, навчально-науково-практичні центри при вищих аграрних навчальних закладах, центри органічного землеробства та приватні господарства.

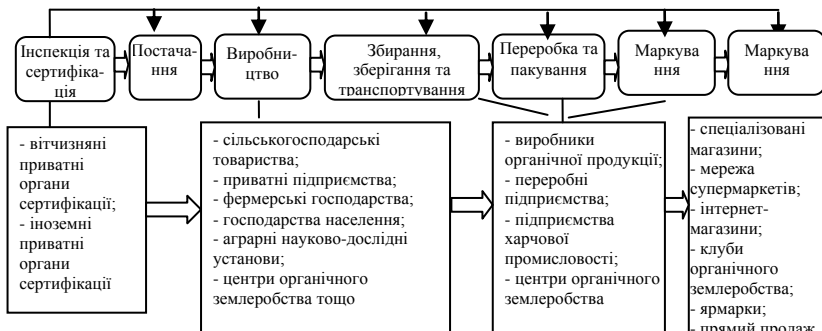
У сфері збирання, зберігання та транспортування органічної сільськогосподарської продукції діють як виробники цієї продукції, так і переробні підприємства та підприємства харчової промисловості, які мають відповідні сертифікати на цей вид діяльності. Вони ж і здійснюють транспортування органічної сировини відповідно до вимог стандартів з органічного агровиробництва. Переробку, пакування та маркування можуть виконувати вже зазначені оператори ринку відповідно до вимог стандартів з органічного агровиробництва, одні з яких виконують виключно посередницькі функції, формуючи партії продукції для переробки від різних постачальників, інші – поєднують виробництво, заготівлю, зберігання та переробку.

Серед інститутів інфраструктури ринку органічної сільськогосподарської продукції, первинною ланкою виступають суб'єкти спеціалізованої та роздрібною торгівлі, співпраця з якими, як правило, передбачає мінімальні витрати на транспортування,

зберігання продукції, організацію торгівлі, інші маркетингові заходи. Привабливість вищезгаданих інфраструктурних елементів найбільш актуальною є для великих за розміром і масштабами діяльності виробників органічної сільськогосподарської продукції. Тоді як невеликі господарства надають перевагу реалізації власної продукції шляхом прямого продажу, через клуби органічного землеробства, Інтернет-магазини та ярмарки (у більшості випадків без відповідних сертифікатів).

В той же час, коли мова йде про велике товарне виробництво органічної сировини, місцева інфраструктура не може повністю забезпечити реалізацію його інтересів. Це обумовлює необхідність розвитку різних форм оптової торгівлі, з яких найбільш демократичною та прозорою на сьогодні є товарна біржа [5]. Зазвичай, сфера діяльності товарної біржі охоплює міжрегіональний, національний і міжнародний ринки. У зв'язку з цим на регіональному рівні основну роль повинні відігравати елементи інфраструктури нижчого рівня (агроторгові домів, оптові ринки тощо), що обумовлює необхідність їх функціонального й організаційного визначення [5].

Так, створення агроторгових домів є передумовою розвитку товарно-грошових відносин, більш вигідної реалізації виробленої продукції та поліпшення матеріально-технічного постачання сільськогосподарських товаровиробників.



**Рис. 2. Логістичний ланцюг ринку органічної сільськогосподарської продукції**

Джерело: розробка автора.

У світовій практиці використовується шість каналів збуту органічної сільськогосподарської продукції, що впливає не лише на її

реалізацію, а й на проведення рекламної компанії та залучення нових учасників (табл. 1) [9].

Таблиця 1

**Канали збуту органічної сільськогосподарської продукції**

Канал збуту	Приклади
1. Організація та проведення спеціалізованих міжнародних та регіональних виставок, ярмарок	BioFach, Міжнародний зелений тиждень, Vivanness, Biolife тощо
2. Міжнародні конкурси	Міжнародна Органічна Винна Премія (MUNDUSvini International Wine Awards), Bio-Weinpreis MUNDUSvini BioFach
3. Просування через роздрібну мережу	Роздрібна мережа (дискаунтери), спеціалізовані магазини, постачання від виробників, супермаркети традиційної продукції
4. Сприяння ЄС та Міжнародної федерації органічного руху (IFOAM)	Субсидювання, проведення наукових досліджень (Всесвітній конгрес IFOAM)
5. Інформування споживачів	Рекламні заходи та акції, кулінарні курси, екскурсії на біоферми, розширення мережі навчальних дільниць з вирощування органічних овочів, премія за профілактику здорового способу життя
6. Розвинута система прямого постачання від виробників до споживачів	Пряме постачання продукції від виробників у дитячі їдальні та заклади громадсько-го харчування, замовлення через мережу Інтернет, оренда дільниць для вирощування органічних овочів, торговельні автомати з продукцією місцевого виробництва, ринки органічної сільськогосподарської продукції, співучасть кооперативів споживачів у вирощуванні та збуті тощо

Джерело: побудовано за даними [11, 12]

Отже, сьогодні у світі в реалізації органічної сільськогосподарської продукції достатньо ефективно використовуються інноваційні методи. У той же час, основними каналами збуту органічної продукції в Україні залишаються Інтернет-магазини, спеціалізовані магазини у великих містах, супермаркети традиційної продукції, щорічні ярмарки та виставки.

Розглядаючи тенденції розвитку каналів збуту органічної сільськогосподарської продукції, Україна може використати європейський досвід, де споживачі купують органічну продукцію

безпосередньо у фермерів, у відділах органічної продукції у супермаркетах, а також у спеціалізованих магазинах натурального та здорового харчування. Наприклад, у Швейцарії та Австрії, які вважається піонерами у цій галузі, органічна сільськогосподарська продукція продається поряд із звичайними продуктами у великих супермаркетах, тоді як у Німеччині – через спеціалізовані магазини здорового харчування. У кожній країні ЄС існують свої правила виробництва, переробки та імпорту органічної сільськогосподарської продукції [14], збут якої відображено в табл. 2.

Отже, важливу роль у становленні ринку органічної сільськогосподарської продукції, забезпеченні прозорості та оперативності дій його суб'єктів відіграє система інформаційного забезпечення. Його роль на сьогодні обумовлена необхідністю отримання своєчасної та достовірної інформації про вплив науково-технічного процесу на розвиток світового та національного ринків. Система інформаційного забезпечення суб'єктів ринку органічної сільськогосподарської продукції в Україні на сьогодні перебуває лише на етапі становлення. Взагалі відсутні мережа консультативних фірм, дорадчих інституцій, інформаційний супровід органів державної та місцевої влади.

Таблиця 2

**Особливості роздрібного збуту продукції органічного сільського господарства в країнах ЄС**

Країна ЄС	Структура національного ринку збуту			Перевищення вартості органічних продуктів, %
	Мережеві супермаркети, %	Напрямок від виробника (ринки, доставка додому), %	Спеціалізовані магазини, ресторани, булочні, %	
Австрія	70	15	15	59
Данія	90	7	3	20-30
Нідерланди	42	17	41	35-40
Німеччина	80	10	10	35
Франція	42	30	28	25-35
Швеція	91	7	2	30

Джерело: дані [15, с. 61]

Необхідну інформацію усі зацікавлені суб'єкти ринку можуть отримати від учасників руху органічного агровиробництва, незалежних консультантів, через засоби масової інформації. Проте достовірна та вичерпна інформація про кон'юнктуру ринку органічної сільськогосподарської продукції, цінову ситуацію, прогнози розвитку

галузі сьогодні відсутня, що заважає прозорості ринку, є причиною недостовірної оцінки ситуації та відповідної поведінки господарюючих суб'єктів. У зв'язку з цим їх діяльність, зокрема при окресленні подальших перспектив свого розвитку та розробці оперативних заходів, ґрунтується головним чином на власній інтуїції [5].

#### Література

1. Міщенко А. П. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / А. П. Міщенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.
2. Чайка Т. О. Розвиток виробництва органічної продукції в аграрному секторі економіки України : монографія / Т. О. Чайка. – Донецьк : Вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. – 320 с.
3. Ключах В. А. Развитие рыночной инфраструктуры в АПК / В. А. Ключах // Економіка АПК. – 2003. – № 9. – С. 127-131.
4. Лотоцький І. І. Розвиток оптового продовольчого ринку в Україні / І. І. Лотоцький, Н. І. Дишлюк // Економіка АПК. – 2004. – № 5. – С. 110-114.
5. Цимбалюк Ю. А. Розвиток інфраструктури аграрного ринку в Україні [Електронний ресурс] / Ю. А. Цимбалюк. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua/library.php?pid=1484>.
6. Дмитрук Б. П. Організація біржової діяльності в агропромисловому комплексі : [навч. посіб.] – К. : Либідь, 2001. – 344с.
7. Виричев О. А. Опыт создания оптовых продовольственных рынков в московском регионе / О. А. Виричев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2000. – № 3. – С. 44-46.
8. Нуралиев С. У. Волгоградский оптовый продовольственный рынок как фактор стабилизации продовольственного снабжения региона / С. У. Нуралиев, В. А. Демидов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2000. – № 5. – С. 1-6.
9. Чайка Т. О. Збут органічної продукції: світова практика та вітчизняні реалії / Т. О. Чайка // Інноваційний потенціал соціально-економічного розвитку України в умовах глобалізації : міжнар. наук.-практ. конф., 27-30 берез. 2012 р. : зб. наук. праць. – Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2012. – Ч. 2. – С. 151-156.
10. Милованов Є. В. Органічне сільське господарство: перспективи для України / Є. В. Милованов [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Chem\\_Biol/Pukh/2009/257.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Chem_Biol/Pukh/2009/257.pdf).

11. Бережна Ю. С. Канали збуту органічної продукції: міжнародний аспект та вітчизняна практика / Ю. С. Бережна // Вісник ХНУ. — 2010. — № 4, Т. 4. — С. 198-202.

12. Цветков Д. Европейский рынок экологически чистых продуктов и способы их продвижения [Электронный ресурс] / Д. Цветкова. — Режим доступу : [habeas.ru/prod/2010/12/organicheskoe-nashestvie](http://habeas.ru/prod/2010/12/organicheskoe-nashestvie).

13. Писаренко В. В. Стан ринку органічної продукції в Україні: проблеми та перспективи / В. В. Писаренко, Т. В. Боровик // Вісник аграрної науки Причорномор'я. — 2007. — № 1. — С. 33-38.

14. [http://www.moloko.cc/view\\_news.php&id=08-02-2007](http://www.moloko.cc/view_news.php&id=08-02-2007).

15. Потапенко В. Г. Органічне сільське господарство як чинник економічної безпеки / В. Г. Потапенко, О. М. Потапенко // Економіка АПК. — 2011. — № 5. — С. 58-65.