

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

В.А. Чудовська, аспірантка
Інститут агроекології і природокористування НААН
chudovskaja@i.ua

В сфері аграрного сектора економіки склалася ситуація, яка, з одного боку, спонукає до впровадження органічного виробництва, з іншого – сприяє його розвитку. До числа перших відносяться: надмірна інтенсифікація сільгоспвиробництва і як наслідок – зниження родючості та деградація ґрунтів, несприятлива екологічна ситуація, що викликана надмірним антропогенним навантаженням на довкілля. Крім того, з розвитком ринкових відносин та підвищенням екологічної свідомості населення, загострюється проблема підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва з урахуванням соціально-екологічного аспекту.

До сприятливих обставин слід, насамперед, віднести початкові кроки державного сприяння розвитку органічного виробництва шляхом розробки та впровадження на регіональному і державному рівнях відповідних програм розвитку щодо даного виду господарювання (Державною цільовою програмою розвитку українського села на період до 2015 року від 19.09.2007 р. № 1158 планується стимулювання ведення органічного виробництва, створення системи його сертифікації і збільшення показника вирощування органічних культур до 10%) що, в свою чергу, створюватиме додатковий капітал, побудований на використанні родючих земель, міцних сільськогосподарських традицій, ментальності людей.

З кожним роком зростає обсяг продажів органічної сільськогосподарської продукції та обізнаність населення щодо органічного сільськогосподарства і його переваг. Найпотужнішим каналом збуту органічної продукції є супермаркети. У 2011 р. мережа супермаркетів «Сільпо» проголосила органічні продукти своїм головним трендом. Супермаркет «Good Wine» продає вітчизняну та імпортовану органічну продукцію, об'єднуючи її у секції «Good Food» (хороші харчові продукти). У 2012 р. мережа супермаркетів «Мегамаркет» репрезентувала споживачам окремі секції з органічними продуктами. Сертифікована органічна продукція представлена також у супермаркетах: «Ашан», «Чумацький Шлях», «Delight», «Billa», «Фуршет», «Novus» та ін., де особлива увага зосереджена на

органічних молочних та м'ясних продуктах, крупах, борошні, хлібобулочних виробках, джемах, соках, яйцях, меді, чаї, овочах, фруктах тощо. Споживчий попит та поява органічної сільськогосподарської продукції у супермаркетах спричинили значне зростання продажів, навіть попри незначну її частку на полицях магазинів (менше 1 %).

Проте, через недостатню розвиненість внутрішніх ринків збуту значна частина органічної сільськогосподарської продукції (близько 80 %) експортується за кордон. Головним експортним ринком для українських органічних продуктів є Європейський Союз. Нідерланди, Німеччина, Швейцарія, Чеська Республіка, Польща, США, Канада, Італія, Греція, Ізраїль, Молдова та Норвегія є головними країнами, до яких експортується органічна продукція з України. Країни Близького Сходу, такі як Об'єднані Арабські Емірати, починають цікавитися українськими сертифікованими органічними продуктами [3]. Однак, нещодавно, експортний ринок зазнав негативного впливу через експортні квоти на деякі зернові культури, запроваджені українським урядом. У травні 2011 р. уряд оголосив про скасування квот та підкреслив, що метою таких дій є бажання відновити статус країни в якості одного зі світових лідерів – експортерів зернових.

Ще однією особливістю органічного виробництва є зниження врожайності сільськогосподарських культур через відмову від використання мінеральних добрив та хімічних засобів захисту рослин під час перехідного періоду. Проте, можливість отримання невеликих врожаїв на початковому етапі є закономірною тенденцією у всьому світі. Як засвідчує практика Європейських країн, внаслідок зниження врожайності, ефективніше працюють саме малі і середні фермерські господарства з площею угідь 30–35 га і лише у Великобританії та Іспанії їх масштаби у 4–5 разів більші [1, с. 51; 3]. В Україні також спостерігається тенденція до зростання кількості невеликих органічних сільськогосподарських виробників з розмірами земельних угідь до 300 га, де найбільшу питому вагу займають саме господарства до 25 га (рис. 1), при чому в середньому на одне господарство припадає близько 21,1 га.

Разом з тим, за дослідженнями всесвітньої організації Грінпіс (Greenpeace), органічні методи господарювання сприяли значному зростанню врожаю у південній півкулі та збільшенню вмісту поживних речовин і вітамінів на 1 кг продукції. Так, наприклад в Ефіопії на органічних полях збирають урожай у 3–5 разів більший, ніж на традиційних; у Бразилії збільшення урожайності на окремих полях склало 20–25 %; у Перу – 150 %.

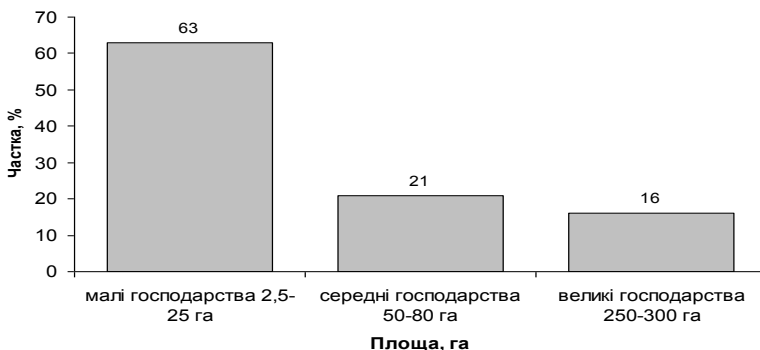


Рис. 1. Структура сільськогосподарських виробників органічної продукції за розмірами земельних угідь в Україні

Тому варто зауважити, що впровадження технологій органічного господарювання доцільне лише на родючих ґрунтах та у відповідних для цього природних умовах. Урожайність при цьому на 70–110 % більша, ніж при традиційному агровиробництві.

Під час переходу від традиційного виробництва до органічного (в Україні період конверсії може сягати до 3 років і більше у рослинництві та, як правило, до 1 року у тваринництві) при отриманні нижчих врожаїв у зв'язку із зміною технології (зокрема, відмовою від агрохімікатів) виробники, за умовами сертифікації, ще не можуть маркувати свою продукцію як «органічну», вони мають змогу лише надавати їй статусу «органічної продукції перехідного періоду».

Варто звернути увагу на те, що з 13 сертифікаційних органів, які працюють в Україні, лише 2 були офіційно визнані Європейським Союзом: Органік Стандарт (Україна) та ЕТКО (Туреччина). Це означає, що виробники, сертифіковані зазначеними компаніями, не лише можуть гарантувати, що їх продукція відповідає вимогам Стандарту з органічного виробництва та переробки для третіх країн, рівнозначному стандарту Європейського Союзу (Постанова Ради (ЄС) 834/2007 та Постанова Комісії (ЄС) 889/2008) та отримують вільний доступ на зовнішній ринок, а й отримують преференції відповідно до спрощеної процедури експорту.

У Законі України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» [2] передбачено, що Центральний орган виконавчої влади (зокрема Мінагрополітики України) має розробити детальні правила виробництва та обігу органічної продукції (сировини), призначити органи з оцінки

відповідності виробництва органічної продукції (сировини), організувати підготовку та атестацію/акредитацію аудиторів з сертифікації, організувати державний нагляд за проведенням робіт з оцінки відповідності призначеними органами з оцінки відповідності, визначити графічне зображення Державного логотипу для позначення «органічний продукт», ввести реєстр виробників органічної продукції (сировини) та забезпечити опублікування офіційних відомостей про осіб, які здійснюють виробництво та реалізацію органічної продукції (сировини).

Щодо виконання зазначених вимог, на сьогодні лише розроблено Проекти Постанови КМУ «Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) бджільництва», Постанови КМУ «Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) тваринного походження», Постанови КМУ «Про затвердження Порядку та вимог до маркування органічної продукції». Поки що не сформовано й уповноваженого органу з оцінки відповідності, не створено відповідного реєстру, не визначено графічне зображення Державного логотипу для позначення «органічний продукт».

У зв'язку із наявністю низки особливостей при виробництві органічної продукції, зокрема здійсненням процесу сертифікації, недосконалістю нормативно-правової бази, зниженням урожайності під час періоду конверсії, вищою трудомісткістю, вищими цінами на органічну сировину тощо спостерігається зростання собівартості такої продукції. Внаслідок чого помічається істотна диференціація у цінах на традиційну та органічну сільськогосподарську продукцію – у середньому втричі.

Однак, ціни на органічну продукцію залежать не лише від виробничих витрат, але й від попиту і пропозиції, обсягу інвестицій (які можуть окупатися від 2 до 10 років, що обумовлено специфікою виробництва, обмеженістю попиту, причиною чого є низька платоспроможність населення та недостатня обізнаність про переваги органічної продукції), цінової політики та ринкової стратегії підприємства, якості товару, додаткових послуг і сервісу. При цьому товаровиробник має виходити з того, що споживач самостійно оцінюватиме головні переваги продукції: якість, безпечність, корисність тощо.

Вітчизняний ринок органічної продукції тільки починає формуватися, як наслідок, на практично незаповнену нішу активно виходять іноземні аграрії, які можуть запропонувати значно ширшу асортиментну лінійку органічних товарів (хоч і за вищою ціною), що є

їх конкурентною перевагою у зв'язку із значним досвідом застосування маркетингового інструментарію щодо просування й збуту органічної продукції, практичного впровадження методів органічного виробництва, а також, звичайно, державної підтримки даного сектору господарювання.

У якості основних фінансово-економічних заходів здійснення державної підтримки розвитку виробництва органічної продукції в Україні слід передбачити: субсидування процентної ставки за кредитами, дотації, субсидування частини витрат на виробництво і страхування урожаю для виробників органічної продукції, пільгове кредитування й оподаткування, а також удосконалення механізмів щодо регулювання регіональних ринків. Крім того, держава може підтримувати екологічну інспекцію, службу екоконсалтингу, відповідні збутові і постачальницькі організації, органічні насінницькі й племенні господарства, наукові дослідження, союзи, партнерства та спеціальні програми розвитку органічного сільського господарства.

З огляду на принципову важливість дотримання ряду умов при стимулюванні виробництва органічної продукції, очевидним стає те, що належне нормативно-правове забезпечення є одним з вирішальних факторів подальшого розвитку даного виду господарювання в Україні.

Література

1. Артиш В.І. Сучасний стан виробництва екологічно чистої продукції в країнах світу / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2011. – № 3. – С. 50–53.
2. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» № 425–VII від 3 вересня 2013 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
3. International Federation of Organic Agriculture Movements [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ifoam.org/>.