

УДК 338.439:631.147:006.063(477.42)

А.В. Ращенко  
аспірант\*

Житомирський національний агроекологічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СЕРТИФІКАЦІЇ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

*Досліджено досвід регулювання відносин у сфері виробництва органічної сільськогосподарської продукції в США та країнах Західної Європи. Розглянуто стан та особливості сертифікації органічної продукції вітчизняних сільськогосподарських підприємств.*

### Постановка проблеми

Ринок органічної сільськогосподарської продукції швидко розвивається, оскільки постійно зростає кількість прихильників органічної продукції в світі. Щорічний оборот ринку органічних товарів перевищує 40 млрд доларів США, що складає близько 5 % обсягів сільськогосподарського виробництва і споживання продуктів харчування у США та країнах Західної Європи. Стабільне зростання ринків органічної продукції в світі і початок формування таких ринків в Україні створюють нові можливості для вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції. Саме виробник вирішує, чи підвищувати врожайність сільськогосподарських культур, застосовуючи агрохімікати, чи дбати про екологічну чистоту продукції, втрачаючи при цьому частину врожаю. В такій ситуації, що має певні ознаки невизначеності, допомогти товаровиробнику мають певні органи державної влади та управління. Проте відсутність в Україні законодавчої та нормативно-правової бази регулювання відносин у сфері виробництва та сертифікації екологічно чистої сільськогосподарської продукції ускладнює розвиток ринку такої продукції.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблеми та особливості сертифікації сільськогосподарської продукції знаходять своє відображення в працях Є. Милованова, В. Вовка, А. Лук'янової та ін. Концепція екологічного маркетингу є предметом досліджень багатьох відомих маркетингологів, зокрема А. Ендреса, А. Коен, Ж. Оттман, М. Полонського. У вітчизняній науковій літературі дану проблему досліджують Т. Вайданіч, А. Вічевич, І. Дідович, Е. Садченко, З. Харічков та ін. Однак, недостатньо дослідженими залишаються питання розвитку сертифікації органічної сільськогосподарської продукції.

### Об'єкт та методика дослідження

---

© А.В. Ращенко

\* Науковий керівник – д.е.н., професор Н.В. Зінвчук

Об'єктом дослідження є особливості сертифікації органічної сільськогосподарської продукції. У дослідженні використані загальнонаукові методи: наукової абстракції – для постановки проблеми і формування висновків; системного аналізу і синтезу, індукції і дедукції – для аналізу розвитку сертифікації органічної сільськогосподарської продукції як інструменту екологічного маркетингу.

### **Результати досліджень**

Останнім часом в Україні все помітніші тенденції просування товарів, при виготовленні яких, як стверджують виробники, використовуються екологічно дружні технології, і споживання яких є безпечним для людини. На полицях магазинів з'являються продукти з назвами «біо», «екологічний», «натуральний», «органічний» тощо, а компанії, що їх виробляють, стверджують, що їх пріоритетне завдання – збереження довкілля. Особливої уваги, на нашу думку, потребує органічна сільськогосподарська продукція, оскільки передбачається, що виробники вирощують її без застосування агрохімікатів, замінюючи їх на природні та органічні речовини та організми, які виконують функції добрив та засобів захисту рослин. Органічне сільське господарство являє собою складну систему заходів, спрямованих на вирощування високоякісної, екологічної продукції, відновлення і збереження родючості ґрунту, забезпечення достатнього живлення рослин, врахування природно-кліматичних особливостей регіону, мінімізацію будь-яких форм забруднення тощо [1, 2, 3].

Ретроспективний аналіз розвитку ринку органічної продукції в США та країнах Західної Європи свідчить, що стрімке зростання кількості товарів та послуг, які просували у 90-х рр. XX ст. як екологічно безпечні, викликало підтримку з боку відповідних державних органів та громадських організацій цих країн. З одного боку, здійснювалася регламентація термінології екологічного маркетингу (наприклад, нормативи, розроблені Федеральною торговою комісією США в 1992 р.), а з іншого – розроблялися системи екологічного маркування та сертифікації. Зазначені системи сприяли ідентифікації органічної продукції та вказували на те, що сам продукт або його вплив на довкілля протягом всього життєвого циклу було досліджено за певною програмою. Елементом такої ідентифікації стало маркування, що здійснювалося за допомогою знаків, які символізували екологічну чистоту продукції, безпечність для довкілля, можливість повторної переробки тощо.





З досвіду зарубіжних країн, де ринок органічної чистої продукції вже сформувався, видно, що покупцями такої продукції є не тільки верстви населення з високим достатком, але й пересічні покупці, а вживання такої продукції стало невід'ємною складовою життя [4]. Фактично, споживачі органічної продукції є хрестоматійним прикладом лояльних покупців, тобто вони зацікавлені в отриманні більшої кількості інформації про продукт і готові

докладати зусилля для її отримання; прагнуть побачити абсолютно чіткий набір характеристик товару; продукт, який вони купують підтримує їх переконання та стиль життя [5, 6]. Таким чином, головним завданням виробників органічної продукції є доведення споживачу, що саме вироблений ними продукт найкраще задовольнить його потреби. З огляду на те, що органічна сільськогосподарська продукція повинна бути виготовлена з дотриманням певних обмежень, то переконати споживача без чітких підстав неможливо.

Визнаним способом перевірки достовірності тверджень щодо екологічності чи органічності продукції для споживачів та підтвердження високої якості продукції для виробника є сертифікація. Адже сертифікація здійснюється з метою запобігання реалізації продукції, небезпечної для здоров'я людей і навколишнього середовища, сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції, створенні умов для участі виробників сільськогосподарської продукції в міжнародній торгівлі [7]. Екологічна сертифікація та маркування виконують інформаційну та регулятивну функції, є надійним інструментом гарантування охорони життя і здоров'я людей, захисту навколишнього середовища. Отже, головне призначення сертифікації виробництва як органічного – гарантування того, що всі стадії виготовлення продукції та всі її складові відповідають певним стандартам або вимогам, а також виключення можливості того, що продукція є шкідливою для споживачів. На сьогоднішній день у світі спостерігається тенденція до зростання кількості сертифікаційних органів, кількість яких перевищила 185 одиниць (табл. 1.).

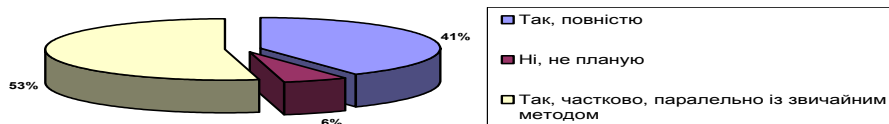
Не останню роль в популяризації як екологічних методів ведення сільськогосподарського виробництва, так і екологічних продуктів відіграє маркетинг. Проте, важлива роль маркетингу буде належно оцінена лише тоді, коли він буде побудований на принципах сталого розвитку [9]. В цьому контексті недостатнє законодавче регулювання та контроль за вживанням екологічної термінології, відсутність національних стандартів виробництва та переробки екологічно чистої сільськогосподарської продукції та інші особливості ведення екологічного сільськогосподарського виробництва в Україні повинні бути враховані при запровадженні сертифікації органічної сільськогосподарської продукції.

**Таблиця 1. Країни з найбільшою кількістю національних сертифікаційних органів та маркування органічної сільськогосподарської продукції**

Країна	Національне маркування	Кількість сертифікаційних органів та особливості сертифікації
Японія		Працює 60 сертифікаційних органів. Сертифікація згідно з японськими сільськогосподарськими стандартами JAS
США		Працює 57 сертифікаційних органів. Сертифікація згідно з Національною органічною Програмою NOP
Німеччина		Працює 32 сертифікаційних органи. Сертифікація здійснюється згідно із стандартами ЕС та стандартами, розробленими місцевими фермерськими асоціаціями. Окрім представленого зустрічаються такі знаки, як Demeter, Naturland, Bio-Siegel
Італія		Працює 16 сертифікаційних органів. Сертифікація здійснюється згідно із стандартами ЕС. Представлений знак належить італійській асоціації органічного сільського господарства
Великобританія		Працює 10 сертифікаційних органів. Сертифікація здійснюється згідно із стандартами UKROFS, які базуються на стандартах ЕС та доповнені згідно із вимогами національного законодавства

Джерело: побудовано за даними [8, 6].

За даними Федерації органічного руху, в Україні функціонує більше 100 сертифікованих органічних сільськогосподарських підприємств, які займають площу понад 269984 га [10]. Кількість підприємств, що виробляють органічну продукцію, щороку зростає. Як свідчать результати пілотних досліджень, які було проведено серед керівників сільськогосподарських підприємств Житомирської області, більше 94 % респондентів не виключають можливості переходу до органічного виробництва в майбутньому (рис. 1).



**Рис. 1. Розподіл респондентів згідно із відповідями на питання «Чи плануєте Ви перейти на органічне сільське господарство (виробництво без застосування мінеральних добрив і хімічних засобів захисту рослин)?»**

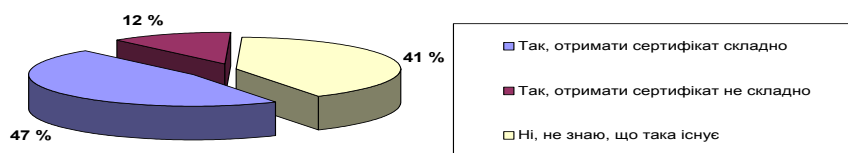
*Джерело:* власні дослідження.

Слід зазначити, що в Україні процес сертифікації органічної продукції знаходиться на стадії становлення і для нього характерними є низка організаційних та економічних проблем. Однією з таких проблем є регулювання вживання екологічної термінології. У «Правилах обов'язкової сертифікації послуг харчування» (1999 р.) визначено вживання терміну «екологічна продукція», як «комплекс властивостей продукції, послуг, при яких чиниться дія на навколишнє природне середовище, не піддаючи його ризику» [11]. Наведене визначення екологічної продукції є недостатнім, оскільки екологічна чистота передбачає не тільки властивості самого продукту, а й враховує всі етапи його життєвого циклу, починаючи із запобігання забрудненню при виробництві продукції і закінчуючи її безпечною переробкою після використання. У визначенні, наведеному в проекті Закону України «Про органічне виробництво», враховано всі аспекти цієї проблеми. Органічну продукцію визначено як «вироблену у визначених зонах для ведення органічного сільськогосподарського виробництва натуральну продукцію та сировину рослинного та тваринного походження, лісову, бджолину і рибну продукцію, що вирощується, виробляється, переробляється, сертифікується, етикетується, зберігається та реалізується за правилами органічного виробництва, призначається для споживання у переробленому або не переробленому вигляді, має біологічно цінні якості та оздоровчі властивості» [12].

Що стосується регулювання відносин у сфері виробництва органічної сільськогосподарської продукції, то сьогодні в Україні правові, економічні та соціальні основи ведення органічного виробництва, вимоги щодо вирощування, виробництва, перероблення, сертифікації, етикетування, перевезення, зберігання та реалізації органічної продукції та сировини передбачено лише в проекті Закону України «Про органічне виробництво». Тому, правова підтримка та регулювання органічного виробництва в країні залишиться на рівні, який не сприяє ні розвитку самого органічного виробництва, ні формуванню ринку органічної продукції.

Проведене дослідження свідчить, що підприємствам, які прийняли концепцію екологічного маркетингу, необхідне проходження складних процедур сертифікації, тобто підтвердження екологічної відповідності результатів їх діяльності, а саме продукції, яку вони виробляють. При цьому слід враховувати розмір сільськогосподарського підприємства, агрономічні властивості земель, схильність сільськогосподарських культур підпадати під вплив шкідників і захворювань, активи виробників, потенціал для створення органічного

виробництва, можливості дотримання технологічних вимог вирощування органічної продукції тощо. Необхідно також брати до уваги здатність товаровиробників до адаптації до нової системи, адже, як показали пілотні дослідження, проведені серед керівників сільськогосподарських підприємств Житомирської області (рис. 2), більше половини з тих, хто не знайомий з системою сертифікації продукції, не виключають можливості вирощування органічної сільськогосподарської продукції, або навіть планують відвести під неї від 2 до 10 га угідь.



**Рис. 2. Розподіл респондентів згідно із відповідями на питання «Чи знайомі Ви з процедурою сертифікації органічної сільськогосподарської продукції?»**

*Джерело:* власні дослідження.

Відсутність вітчизняних стандартів та систем сертифікації органічної продукції змушує сільськогосподарських товаровиробників користуватися стандартами, розробленими в країнах, де ринок органічної продукції вже сформовано та відносини в цій сфері чітко врегульовані. Сертифікаційні компанії, які діють на міжнародному рівні, допомагають сільськогосподарським підприємствам пройти всю процедуру сертифікації виробництва як органічного, включаючи розробку плану конверсії, часткове виробництво, повну конверсію господарства, рекомендації щодо виробництва органічної продукції рослинництва та тваринництва, переробку та транспортування продукції, інспекцію, сертифікацію продукції, її маркування, пакування та утилізацію відходів. Найавторитетнішою сертифікаційною та акредитаційною організацією є Міжнародна федерація органічного сільського господарства (IFOAM), якою ще в 1980 р. були розроблені «Базові стандарти IFOAM щодо органічного виробництва та переробки». Сьогодні стандарти та акредитаційні критерії IFOAM зареєстровані як «міжнародні стандарти ISO», на їх основі розроблені національні стандарти багатьох країн [13].

В Україні діє більше 12 представників іноземних сертифікаційних компаній, серед яких найвідомішими є: ЕТКО – турецька сертифікаційна компанія, яка працює згідно вимог Постанов Ради (ЄС) № 834/2007 та 889/2008 стосовно

органічного виробництва і маркування органічних продуктів; Control Union Ukraine – представництво нідерландської компанії, сертифікація згідно вимог Regulation (ЕЕС) № 2092/91; CONTROL UNION CERTIFICATIONS – нідерландська сертифікаційна та інспекційна компанія; Міжнародна Громадська Асоціація «БЮЛан Україна» – сертифікація відповідно до стандартів, розроблених асоціацією, допомога в оформленні відповідної документації (стандарти ЄС, Швейцарії, США) та інші. Підтвердження відповідності стандартам певної країни є необхідною складовою процедури сертифікації продукції, за допомогою якої можливе гарантування того, що продукція та процес її виробництва відповідають визначеним нормам і стандартам країни, з якою співпрацює орган сертифікації. Так, наприклад, інспекція життєвого циклу органічної продукції охоплює наступні етапи: виробництво насіннєвого матеріалу, виробництво сільськогосподарської продукції згідно відповідних агротехнологій, зберігання продукції, транспортування до місця переробки, переробка та зберігання, транспортування до місця реалізації, реалізація та зберігання [4].

### **Висновки та перспективи подальших досліджень**

Не зважаючи на те, що впровадження системи органічного землеробства породжує цілу низку проблем, вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники готові і планують частково чи повністю переходити на виробництво органічної продукції. Через відсутність законодавчої та нормативно-правової бази щодо органічного виробництва відносини в сфері виробництва, переробки та реалізації органічної сільськогосподарської продукції залишаються досі не врегульованими. Не розроблені національні стандарти на органічну продукцію зумовлюють те, що вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники вимушені користуватися послугами зарубіжних сертифікаційних компаній. Подальші дослідження слід спрямовувати на адаптацію окремих елементів екологічного маркетингу до вимог сільськогосподарських підприємств, що сприятиме сертифікації органічної продукції.

### **Література**

---

1. Стандарти органічного сільськогосподарського виробництва та маркування сільськогосподарської продукції і продуктів харчування «БЮЛан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.biolan.org.ua/>.
2. Манько Ю.П. Ефективність екологічного землеробства в лісостепу України / Ю.П. Манько // Посібник хлібороба. – 2009. – № 3. – С. 257–260.
3. Бегай С.В. Екологічне землеробство: підруч. / С.В. Бегай, І.А. Шувар. – Львів: Новий Світ – 2000, 2007. – 429 с.

4. John Grant Explains His Green Marketing Manifesto [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pfsk.com>.
  5. Дымшиц М.Н. Манипулирование покупателем / М.Н. Дымшиц. — М.: Омега-Л, 2004. — 252 с.
  6. *Ottman J.* A Smart New Way to Segment Green Consumers [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greenmarketing.com>.
  7. *Клименко М.О.* Метрологія, стандартизація і сертифікація в екології: підруч. / *М.О. Клименко, П.М. Скрипчук.* – К.: Вид. центр «Академія», 2006. – 368 с.
  8. Экспорт продукции органического сельского хозяйства на рынок ЕС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vneshmarket.ru>.
  9. Sustainable agriculture [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nal.usda.gov>.
  10. Органик в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organic.com.ua>.
  11. Правила обов'язкової сертифікації послуг харчування [Електронний ресурс]: наказ Держстандарту України від 27.01.1999 № 37. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
  12. Проект Закону про органічне виробництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gska2.rada.gov.ua>.
  13. *Вовк В.* Сертифікація органічного сільськогосподарського виробництва в Україні: сучасне становище, перспективи, стратегія на майбутнє [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lol.org.ua>.
- 
-