

## РИНОК ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

Ю.С Герасименко, к.е.н., викладач кафедри статистики і економічного аналізу, Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва

Екологічна проблема вже давно розглядається світовою спільнотою, як нагальна, гостро-актуальна іполемічна. Важливе значення займає в ній виробництво екологічно чистої продукції, виробленої аграрним сектором. Таке виробництво ще називають «екологічно-чиста продукція». Ринок екологічно чистих продуктів харчування є найбільш перспективним сегментом західноєвропейського агропромислового ринку. Для українських сільськогосподарських товаровиробників розвиток органічного

землеробства у світі являється стимулом до вирощування екологічно чистої продукції.

Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні розглядалися такими вітчизняними науковцями, як: Артиш В.І., Зайчук Т.О., Милованов Є.В., Шлапак В.О. та ін. Дослідження останніх років свідчать про погіршення стану навколишнього середовища та здоров'я людини, що викликає занепокоєння у суспільстві. Одним із шляхів виходу із цієї ситуації є виробництво та пропозиція екологічно чистих продуктів. Науковці виділяють в ній антропогенний фактор, специфіку впливу на природне середовище, зміни, що пов'язані зі здоров'ям людини.

Як відомо, екологічно чисті продукти - це продукти, які сприймаються споживачем як безпечні для здоров'я, такі, що позитивно впливають на організм людини, в них відсутні небезпечні інгредієнти, і вони не справляють негативного впливу на довкілля.

Слід зазначити, що в Україні орієнтація на екологічно чисті товари пов'язана з економічним ризиком, який полягає в тому, що певна категорія споживачів не зможе використовувати екологічно чисту продукцію за пропонованими цінами. Тому витрати на виробництво і збут не окупуються і підприємства не поспішають вирішувати дане питання.

Інша справа з екологічним маркуванням, тобто нанесенням певних відомостей про ті чи інші властивості товару. Деякі українські виробники зазначають про "екологічну чистоту" своєї продукції. Але, на жаль, це є певною рекламною пропагандою. Вітчизняні виробники швидко перейняли деякі прийоми зарубіжних колег і обіцяють споживачам що завгодно. Нанести на упаковку позначку про її екологічність сьогодні може практично кожен.

Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів повина брати активну участь у напрацюванні та супроводженні нормативно-правових актів, які впорядкують ринок виробництва органічної продукції. Про це з посиланням на голову Держпродспоживслужби Володимира Лапу, повідомила прес-служба Мінагрополітики [1].

«Закон «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» у новій редакції набув чинності лише у січні 2014 року, але він уже потребує удосконалення. Він не відповідає сучасним вимогам ринку та потребує додаткового узгодження із законодавством ЄС. Крім того, рівень органічного виробництва в Україні не відповідає потенціалу держави. Саме тому над цим питанням при Мінагрополітики працює експертна група. Зараз

документ на фінальній стадії погодження, і очікується, що уже найближчим часом напрацьовані законодавчі зміни будуть винесені на розгляд Верховної Ради», — повідомив він [1].

За оцінками Володимира Лапи, створення нормативно-правової бази зніме існуючі ризики для ринку «органіки», чітко врегулює всі аспекти виробництва та обігу органічної сільськогосподарської продукції, забезпечить належний контроль та нагляд в частині безпечності та якості такої продукції. Що сприятиме виходу учасників органічного ринку на світовий ринок.

«Щоб ми могли гарантувати високу якість, безпечність та дійсно органічність продуктів, маркованих як органічні, повинна діяти прозора система контролю на всіх етапах її виробництва. Також мають бути чітко виписані процедури інспектування та сертифікації виробництва, переробки органічної продукції та реєстрації суб'єктів виробництва. Саме за таких умов ми зможемо посилити довіру споживача до виробника органічної продукції», — вважає голова Держпродспоживслужби [1]. І це має дати імпульс для розвитку органічної продукції в Україні.

Починаючи з 90-х років ХХ ст., у багатьох країнах світу формуються ринки органічної продукції, на сьогодні в них швидко зростають обсяги, що пов'язано з: підвищенням кількості екологічних катастроф, конфліктами навколо харчових продуктів на державному рівні, зростанням рівня свідомості споживачів щодо власного майбутнього та майбутнього своїх дітей, навколишнього середовища. Високі темпи споживання, розширення асортименту, розповсюдження органічного агровиробництва в усьому світі дають підстави стверджувати, що органічні продукти є найпріоритетнішим напрямом у харчуванні людини.

Так, у США та Західній Європі органічні продукти сьогодні займають відповідну ринкову нішу і характеризуються щорічним приростом на рівні 10-12% [2], навіть за умови, що їх вартість у середньому на 40-50% вище від традиційних. Вони реалізуються, головним чином, через магазини здорового харчування та спеціалізовані відділи звичайних продовольчих магазинів.

Вітчизняний ринок органічної продукції має значний потенціал, оскільки його обсяг є найменшим серед сусідніх європейських країн, тоді як за потенціальною площею сільськогосподарських угідь для органічного виробництва Україна відстає лише від Чеської Республіки та Польщі. Негативний вплив на вітчизняний ринок органічної продукції спричинила економічна та політична нестабільність 2008-2009 рр., що призвело до його спаду в 10 разів. При цьому рівень

споживання на душу населення (0,08 євро у 2005 р. і 0,03 євро у 2009 р.) свідчить про недостатній рівень підтримки органічного виробництва з боку держави та розвиток інфраструктури ринку органічної продукції.

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, приблизно 70 % українських виробників органічної продукції орієнтовані на експорт [3]. Основними експортними ринками для України є Європейський Союз, США, Канада та Японія. Однак точних даних щодо обсягу та асортименту цієї продукції немає через відсутність офіційних статистичних даних та нерегульованість митного контролю (у митних деклараціях органічна продукція не відрізняється від традиційної).

Необхідно зауважити, що, за нашими дослідженнями, більше 88 % вітчизняних споживачів позитивно ставляться до органічної продукції та готові її купувати за таких умов:

1) забезпечення суворого контролю якості з боку державних органів;

2) виробництво повного асортименту продукції та доступність у торговельній мережі;

3) незначне збільшення ціни на рівні 10-20 % відносно традиційної продукції, що можливо за умови формування взаємозв'язку: державна підтримка виробників органічної продукції → зростання їх кількості → збільшення виробленої продукції та сировини. Ще один фактор на користь розвитку «органіки» - це наслідки Чорнобильської аварії, де землі забруднені, а продукти харчування зараз населення використовує з підвищеним ризиком.

Таким чином, розвиток вітчизняного ринку органічної продукції складається і залежить від: споживача, виробника, постачальника, продавця, дистриб'ютора, законодавчих та контролюючих органів тощо.

Для забезпечення ефективного розвитку органічної продукції в умовах ринкової економіки кожен з суб'єктів цього ринку повинен володіти певним обов'язковим набором атрибутів. Якщо обов'язковий набір атрибутів суб'єктів ринку органічної продукції не укомплектований або не повністю укомплектований, потрібно знати причини цього явища і мати можливість їх усунення. Такі причини: організаційні, ментальні, інвестиційні. Крім того, у процесі взаємодії основних учасників виробництва і ринку органічної продукції обов'язково виникають будь-які взаємні претензії, проблеми, незадоволені очікування, які можна і потрібно вчасно вирішувати. Лише за цих умов можливий ефективний розвиток ринку органічної

продукції. Однак спочатку ці проблеми треба знати, тобто вміти діагностувати, що є завданням комплексного маркетингового дослідження, яке крок за кроком починає реалізовуватися в Україні.

Сьогодні український ринок органічної продукції поступово розвивається, розширюється асортимент вітчизняної продукції, що дозволяє споживачу купувати не лише органічні крупи, з яких все починалося, а й продукти м'ясо-молочної групи, овочі, фрукти, зелень тощо. Крім того, деякі виробники та продавці органічної продукції почали переходити на інший, більш якісний рівень – надавати споживачеві вже перероблені продукти – сухі сніданки, консерви, ковбаси, сири тощо. Звичайно, це вимагає від виробників та переробників додаткових ресурсних і фінансових вкладень, оскільки кожен етап виробництва органічних продуктів харчування повинен відповідати вимогам, пройти ретельну сертифікацію. Однак, враховуючи тренди та попит, це дозволить їм зайняти свою нішу на ринку та забезпечити фінансову стабільність [4].

Умови ефективного функціонування ринку органічної продукції в Україні визначають учасники ринку, які мають свої характеристики та умови участі на ринку. Так, законодавчі органи встановлюють умови функціонування ринку через законодавчо-нормативні акти, що визначають особливості виробництва, переробки та реалізації органічної продукції. Умови: 1. Знати, що таке органічний продукт. 2. Забезпечити ефективну взаємодію всіх учасників ринку. 3. Знати попит на органічну продукцію.

Контролюючі органи контролюють виконання законодавчо-нормативних актів всіма учасниками ринку. Умови: 1. Знати, що таке органічний продукт. 2. Здійснювати контроль за дотриманням вимог законодавчих органів. 3. Знати попит на органічну продукцію.

Споживачі – головні суб'єкти, які визначають умови на ринку та зазнають впливу від інших учасників. Умови: 1. Знати, що таке органічний продукт. 2. Мати бажання його купити. 3. Мати можливість його купити. 4. Впливати на інших учасників ринку через контролюючі органи.

Виробники і постачальники необхідні для задоволення потреб ринку і попиту споживачів. На українському ринку представлені виробниками органічної продукції та переробниками органічної продукції, компаніями, які постачають на український ринок імпортні органічні продукти. Умови: 1. Знати, що таке органічний продукт. 2. Виконувати вимоги законодавчих та контролюючих органів. 3. Знати попит на органічну продукцію. 4. Мати бажання задовольнити потреби споживачів. 5. Мати можливість задовольнити ці потреби (інвестиційні

та агротехнологічні).

Продавці і дистриб'ютори задовольняють попит споживачів за допомогою пропозиції виробників та постачальників. Головний суб'єкт ринку, від якого може повністю залежати стимулювання та формування попиту і пропозиції на органічному ринку, мають стратегічне значення. Умови: 1. Знати, що таке органічний продукт. 2. Виконувати вимоги законодавчих та контролюючих органів. 3. Знати попит на органічну продукцію. 4. Мати бажання задовольнити потреби споживача. 5. Забезпечити асортимент органічної продукції шляхом залучення їх виробників і постачальників. 6. Залучити споживачів до органічних продуктів взагалі та до своєї торгової точки. 7. Стимулювати та формувати попит і пропозицію на ринку органічної продукції, забезпечувати ефективну комунікацію між споживачем і виробником.

Але є ще один «негарзд»: критерії віднесення товарів до екологічно чистих розпливчасті та неструктуровані. Багато хто зі споживачів вважають приставку "біо" гарантією екологічної чистоти, у цілому ж термін "екологічна чистота" трактується всіма (100 %) споживачами як відсутність консервантів, синтетичних добавок і барвників. Сформувався окремий і дуже важливий сегмент споживачів екологічно чистих товарів, у першу чергу продуктів харчування, - це діти. Насичення ринку екологічно чистими товарами для цього сегменту населення повинно стати першочерговим завданням.

Отже, можна прогнозувати, що ринок екологічно чистих товарів в Україні буде швидко зростати, що робить його особливо привабливим для учасників ринкових відносин, проте вихід на цей ринок вимагає значних капіталовкладень і характеризується високим ризиком.

Ефективність розвитку ринку органічної продукції в ринкових умовах господарювання є можливою за умови виконання кожним суб'єктом ринку відповідних функцій і вимог споживача. Це дозволить сформувати агроекологічний імідж України, сприятиме залученню вітчизняних та іноземних інвестицій у розвиток органічного виробництва як перспективний напрям в аграрному секторі економіки. Перспективи подальших досліджень полягають у дослідженні потенціалу (виробничого, природно-кліматичного, ресурсного тощо) для визначення можливих обсягів розвитку ринку органічної продукції в Україні. Але самі наукові дослідження, як нові знання, ще не є кінцева мета сільськогосподарського виробництва. Важливо на їх базі розробити і впровадити ефективні технології забезпечення розвитку органічного виробництва.

## Література

1. На ринку органічної продукції очікуються законодавчі зміни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/na-rinku-organichnoi-produkcii-ocikuutsa-zakonodavci-zmini>. 2. Де можна купити і скільки коштують органічні продукти в Україні? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/person/2008/12/10/11160>. 3. Панорама аграрного сектора України // Міністерство аграрної політики та продовольства України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НААН України», ГО «Центр аграрних реформ». – К., 2010. – С. 45.
4. Чайка Т.О Передумови розвитку ринку органічної продукції в Україні / Т.О. Чайка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011\\_4\\_1\\_233\\_240.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_1_233_240.pdf)