

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ НА ЗАСАДАХ ОРГАНІЧНОГО АГРОВИРОБНИЦТВА

Л. В. Тарасович, к.е.н., доцент
Житомирський національний агроекологічний університет

Стратегічно виваженим напрямом розвитку сільського господарства в європейських країнах, а також надзвичайно перспективним у вітчизняних реаліях, є такий еколого-, соціо- та економічно виправданий вид діяльності, як органічне виробництво. Передумовами зазначеного є передусім належний ресурсний потенціал та сприятливі природно-кліматичні умови нашої країни, що підкреслює необхідність впровадження принципово нових моделей розвитку сільської економіки. Такі моделі доцільно формувати на засадах диверсифікації сільського бізнесу, у т. ч. й розвитку саме органічного агровиробництва. Системний підхід до розвитку сільської економіки передбачає зростання соціальної, екологічної та економічної ефективності суб'єктів господарювання, удосконалення

інфраструктури села, збереження природних ландшафтів та екосистем.

Інтеграція України у світовий економічний простір об'єктивно вимагає активізації економічних зв'язків з країнами-членами ЄС. Потенційні перспективи реалізації продукції на ринках цих країн стимулюють вітчизняних аграріїв до виробництва екологічно чистої продукції, на яку там є значний попит. Важливим позитивом є той факт, що вітчизняне органічне продовольство, попри суттєві перешкоди для його розвитку, все ж щорічно демонструє зростаючі показники. Слід відмітити, що в останні роки має місце активне наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією за рахунок налагодження переробки органічної сировини. Нині органічне виробництво в Україні експортоорієнтоване (близько 80 %). Експорт здійснюється в країни Європейського Союзу, зокрема, Німеччину, Австрію, Польщу, Італію, Францію, Нідерланди, Данію, а також Швейцарію, США та Канаду. Основними видами органічної продукції, яка виробляється та споживається в Україні, є: фрукти та овочі, зернові культури, м'ясо та молочні продукти, крупи та хлібобулочні вироби, а також дитяче харчування [5]. Переважна більшість органічних господарств розташовані в Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Одеській, Полтавській, Тернопільській, Херсонській та Хмельницькій областях. Лідерами органічного сільськогосподарського виробництва в Україні є ПП «Агроекологія» (Полтавська обл.), група компаній «Етнопродукт» (Чернігівська обл.), ТОВ «Галекс-Агро» (Житомирська обл.), «Органічне господарство «Махаріші» (Херсонська та Миколаївська обл.), ПП «Мельник» (Вінницька обл.), ТОВ «Чистий продукт-С» (Донецька обл.) [2, с. 134].

Сертифікацію органічної аграрної продукції в Україні здійснюють 12 приватних сертифікаційних органів відповідно до міжнародних стандартів, зокрема ЕТКО (Туреччина), ІМО (Швейцарія), Control Union Ukraine (Нідерланди), Lason (Нідерланди), Bio Control (Угорщина) й Органік Стандарт (Україна). Український сертифікаційний орган «Органік Стандарт» має міжнародну акредитацію щодо проведення сертифікаційних робіт і визнання Єврокомісії та Швейцарської Конфедерації [4, с. 201].

Постановою ЄС «Про екологічне агровиробництво та відповідне маркування сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів» окреслено загальні межі та принципи органічного сільського господарства, вимоги до процесу виробництва сільськогосподарської продукції, її переробки та виготовлення харчових продуктів, ознаки і маркування органічної продукції; скасовано національне регулювання і створено єдиний ринок органічної продукції; започатковано систему

інспекції (контролю) органічної продукції, в т. ч. при її імпорті в країни ЄС; відкрито ринок органічної продукції в ЄС для імпорту з «третьох країн» [3]. Крім того, нині існує перелік компонентів традиційного сільського господарства, які дозволяється застосовувати у виробництві продукції екологічним способом. При цьому, якщо їх вміст складає: 95 % – можна продавати без обмежень (під маркою натурального продукту); 70–95 %, то продукт дозволяється рекламувати як екологічний лише з обмеженнями (без маркування «біо» або «еко») [3].

Поряд із позитивними аспектами розвитку ринку органічної продукції в Україні, все ж мають місце цілий ряд стримуючих чинників. Насамперед до таких із них слід віднести: недосконалість регулятивного інструментарію державної політики у вказаній сфері (законодавча та нормативно-правова база), що гальмує процес вирішення таких питань, як законодавче визнання і захист органічних продуктів, створення системи сертифікації, упровадження стандартів і чіткої системи державної підтримки та стимулювання розвитку органічного виробництва; економічна та політична нестабільність в країні; низький рівень доходів населення, що обмежує можливості споживання органічної продукції через її вищу вартість, порівняно з традиційною; відсутність культури споживання органічної продукції та низький рівень свідомості споживачів стосовно власного майбутнього; недостатній розвиток інфраструктури ринку органічної продукції тощо.

Отже, в сучасних умовах господарювання, що характеризуються домінуванням бізнес-інтересів суб'єктів підприємництва, принципи розвитку сільської економіки мають ґрунтуватися на індивідуальній зацікавленості останніх у формуванні конкурентоспроможного аграрного сектора національної економіки. Такий підхід сприятиме нарощуванню обсягів виробництва високоякісних та екологічно безпечних продуктів харчування для забезпечення як внутрішніх потреб, так й стратегічно важливих сегментів міжнародного ринку, і, що особливо важливо, сприятиме збереженню навколишнього середовища. Це пов'язано із акцентуалізацією на одержанні високоякісної продукції без шкоди довкіллю завдяки використанню маркетингових інструментів дослідження ринку органічної продукції та врахуванню іманентних особливостей природно-ресурсного потенціалу окремих сільських територій.

Література

1. Бутенко В. М. Маркетинг органічної продукції як елемент соціального партнерства в суспільстві : [Електронний ресурс] /

В. М. Бутенко. – Режим доступу:
http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/921/1/Organic_20132_92-96.pdf

2. Іонаш І. В. Посилення обліково-інформаційного забезпечення управління – запорука ефективного розвитку органічного виробництва // І. В. Іонаш, Т. А. Мельник // Молодий учений. – 2014. – № 6 (09). – с.133–135.

3. Каблучка А. Виробництво органічної продукції рослинного та тваринного походження. Маркетинг органічної продукції : наукова доповідь : [Електронний ресурс] / А. Каблучка. – Агроекологічний Інформаційно-консультаційний центр Полтавщини. – Режим доступу: <http://aес.org.ua/pdf/conf1/kablychkaua.pdf>.

4. Найда І. С. Органічне землеробство як пріоритетний напрям соціоекономічного розвитку сільського господарства України : [Електронний ресурс] / І. С. Найда, Г. М. Запша // Бізнес Інформ. – 2015. – № 1. – С. 200–204. – Режим доступу: http://business-inform.net/pdf/2015/1_0/200_204.pdf.

5. Павленко О. Україна має намір розвивати органічне виробництво: [Електронний ресурс] / О. Павленко. – Режим доступу: <http://provinciya.net>.