

РОЗВИТОК РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Кравець І. В., к. е. н.

Житомирський національний агроекологічний університет

Глобальна активізація органічного руху розпочалася в 90-х роках минулого століття. Передумовою такого інтересу з боку громадськості, дієвості з боку виробників та значної прихильності до органічної продукції споживачів став виклик природи здоров'ю та майбутньому екологічному комфорту людини. Інтенсивні методи виробництва сільськогосподарської продукції не тільки підвищили пропозицію продовольства на світових ринках, а й залишили у спадок хімічно- та біологічнозабруднені природні ресурси та продукти харчування. Суспільство відреагувало на даний виклик вибором здорового способу життя та ведення сільського господарства. В результаті такого гармонійного з природою рішення почало активно розвиватися органічне виробництво, популяризувалася органічна продукція.

Сьогодні світовий ринок органічної продукції – найдинамічніший у світі, обсяг якого в 2013 р. збільшився у п'ятеро порівняно з 1999 р. і становив 72 млрд дол. США (54,2 млрд євро). Провідними країнами-виробниками органічної продукції в світі є США, Німеччина, Франція, Велика Британія, Італія, Швейцарія, Австрія, Японія та ін. [5]. Українські виробники також не стоять осторонь такого процесу: до цього їх спонукають як іноземні, так і вітчизняні споживачі, які прагнуть бути здоровими та жити в чистому довкіллі. За даними Дослідного інституту органічного сільського господарства (FiBL), Україна нині входить в першу двадцятку світових виробників органічної продукції, обсяг продукції органічного ринку щорічно зростає, і в 2014 р. склав 14,5 млн євро.

Такі факти свідчать про перспективність розвитку даного сектора аграрного ринку, а наявні природні ресурси, допомога у

впровадженні міжнародних проектів учасниками органічного руху та ентузіазм вітчизняних виробників дають надію на ефективне економічне використання можливостей розвитку, незважаючи на всі законодавчі та організаційні недосконалості інфраструктури органічного ринку України.

Питання теорії та практики розвитку ринку органічної продукції значною мірою відображено в працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед зарубіжних дослідників ґрунтовні розробки в напрямі органічного сільського господарства здійснили Альберт Говард («Сільськогосподарський заповіт»/An Agricultural Testament (1940), Рудольф Штайнер, Масанобу Фукуока, Клайв Едвардс, Юзеф Тибурскі та ін. Значний внесок у дослідження різних аспектів розвитку ринку органічної продукції в Україні здійснили Антонець А.С, Артиш В.І., Зайчук Т.О., Милованов Є.В., Пиндус В.В., Стецишин П.О, Шлапак В.О. та ін. Водночас, незважаючи на теоретичну та практичну цінність проведених досліджень, український ринок органічної продукції в порівнянні з ринком традиційної сільгосппродукції вивчений слабо: недостатньо висвітлені умови його формування, потенціал і чинники розвитку, представлено мало науково обґрунтованих пропозицій щодо його зростання.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо розвитку ринку органічної продукції в Україні. Теоретичною та методологічною основою дослідження є загальні положення економічної теорії, класичні та сучасні концепції функціонування аграрних ринків, а також надбання аграрної науки з питань органічного та екологічного чистого сільського господарства.

Український ринок органічної продукції, незважаючи на відсутність стійкого вітчизняного законодавчого підґрунтя, почав свій розвиток з кінця 90-х років. За даними організацій, які ведуть статистику відносно виробництва та реалізації органічної продукції (IFOAM, FiBL, Міжнародна громадська асоціація «БІОЛан-Україна», ТОВ «Органік Стандарт») площа сертифікованих органічних земель та господарств України щорічно збільшується.

Офіційні статистичні огляди IFOAM підтверджують, що якщо на початок 2003 р. в Україні було зареєстровано 31 господарство, що отримало статус «органічного», то в 2013 р. нараховувалось вже 175 сертифікованих органічних господарств, а загальна площа сертифікованих органічних сільськогосподарських земель склала 393400 га (рис. 1).



Рис. 1. Загальна площа органічних с.-г. угідь та кількість органічних господарств в Україні, 2002-2013 рр.

Джерело: побудовано автором за даними Федерації органічного руху України.

Більшість українських операторів органічного ринку розташовані в Одеській, Херсонській, Київській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Житомирській областях (рис. 2).

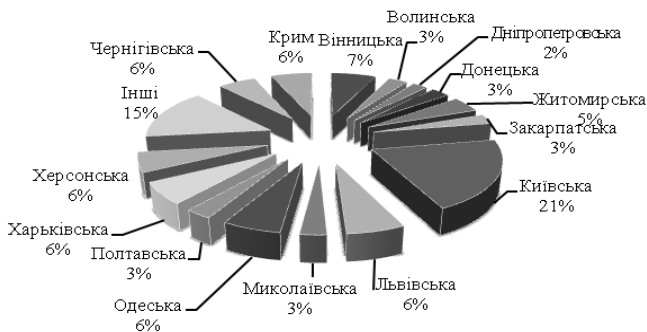


Рис. 2. Сертифіковані оператори органічного ринку України (регіональний розподіл, %), 2014 р.

Джерело: побудовано автором заданими ТОВ «Органік Стандарт» та Федерації органічного руху України.

Слід зауважити, що регіональний відсоток операторів не завжди відображає масштаби обласного виробництва, оскільки до цієї кількості господарюючих суб'єктів органічного ринку входять не тільки виробники

сільськогосподарської органічної продукції, а й організації, що займаються переробкою, експортно-імпортними операціями, заготівлею дикорослих продуктів, аквакультурою, виробництвом добрив та засобів захисту рослин (ЗЗР), торгівлею. Так, станом на січень 2014 р. загальна кількість органічних операторів України становила 208 одиниць, із них кількість органічних виробників – 127, кількість інших операторів (не виробників) – 81 [3, с. 398]. Така статистика свідчить про недосконалість управління підприємствами-виробниками органічної продукції в контексті маркетингу.

Поступово будується система, притаманна сучасному вітчизняному аграрному ринку: «виробник → переробник/ перепродавець → торговий представник / продавець → покупець / споживач». В такому ланцюгу у програші залишаються виробники, які докладають найбільше зусиль і несуть найбільшу відповідальність за якість своєї продукції, та споживачі, які отримують пропозицію і без того недешевої продукції за завищеними цінами (табл. 1). Виробники мають запобігати цьому явищу, залучаючи в штат досвідчених, знайомих зі специфікою органічного ринку маркетологів та юристів, а також кооперуватися з іншими виробниками органічних господарств для створення спільних каналів реалізації (в тому числі і через мережу Інтернет) та зменшення логістичних та трансакційних затрат.

Таблиця 1
Середні ціни на традиційні та органічні продукти, грн¹

<i>Назва продукту</i>	<i>Традиційна якість</i>	<i>Органічна якість</i>
Борошно пшеничне, кг	10,00	20,00
Картопля, кг	8,00	23,00
Крупа гречана, кг	9,40	38,00
Молоко, л	8,00	16,50
Сметана, 250 г	8,00	15,00
М'ясо (яловичина), кг	58,00	96,00
Соняшникова олія, л	14,50	60,00
Яйце куряче, 10 шт.	10,50	30,00
Повидло із малини, 350 г	28,00	38,00

Окрім низької мотивації споживачів щодо придбання органічної продукції за високими цінами, на ринку існує проблема

1 Середні ціни в супермаркетах Києва станом на серпень-вересень 2014 р. [1, с. 18].

недовіри до якості товару, сумнів покупців щодо дійсної органічності продуктів. Дане питання полягає в площині низької інформованості українського суспільства щодо існуючого маркування сертифікованої продукції. Така інформація має отримуватися споживачами у місцях продажу, зокрема на спеціальних торговельних майданчиках має міститися статистика та інформація стосовно виробленої в Україні сертифікованої (і відповідно маркованої) органічної продукції, інструкція щодо «читання» маркування, а також витяг із закону, що гарантує «впевненість споживачів у продуктах та сировині, маркованих як органічні» [4] тощо. Наразі виробництво вітчизняної органічної продукції сертифікують іноземні (18 од.) та вітчизняні (1 од.) структури, які діють у відповідності до норм і стандартів, дійсних для країн ЄС, а також США та ін.

Висновки. За сучасних умов господарювання важливе значення у збереженні позитивної тенденції динамічного розвитку ринку органічної продукції має:

1) Популяризація та просування ідеї органічного виробництва та споживання серед громадськості, підвищення рівня інформованості про доцільність та користь такого споживання, можливі точки продажу та сертифікацію продукції на рівні простого, проте стійкого сприйняття.

2) Доступність органічної продукції за ціною та розширення асортименту, що може бути досягнуто шляхом об'єднання дрібних виробників у кооперативні формування з метою налагодження спільних каналів збуту, а відтак, – зменшення логістичних та трансакційних затрат.

3) Розвиток переробних підприємств органічної продукції з метою розширення асортименту продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку органічної продукції, зміна статусу виробників з «постачальник органічної сировини» на «виробник готової органічної продукції широкого асортименту».

4) Державна підтримка органічного сектора аграрного ринку шляхом удосконалення нормативно-правової бази та надання преференцій виробникам органічної продукції, запровадження системи замовлень органічної продукції для соціальних об'єктів (дитячих садочків, лікарень, шкіл) тощо.

Література

1. Ковальчук С. Органик-цена. Торг уместен / С. Ковальчук // Что едим. – 2014. – № 9 сентябрь. – С.18-20.

2. Можливості державної підтримки для розвитку органічного сільського господарства: досвід інших країн [Електронний ресурс]/ гол. ред. Іржі Урбан. – Швейцарія, FiBL, Біо Інститут, 2013 р. – Режим доступу: ukraine.fible.org. – Перевірено: 25.03.2015

3. Органік бізнес-довідник України. / за ред. Наталія Прокопчук (FiBL), Тетяна Зігг (FiBL), Юлія Власюк (FiBL). – К.: ФОП Михайло Лесін, 2014. – 406 с.

4. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: закон України від 03.09.2013р. № 425-VII // Відомості Верховної Ради України. 2014. – № 20-21. – С. 721.

5. Willer H. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2015 [Електронний ресурс]/ Willer, Helga and Julia Lernoud (Eds.) FiBL-IFOAM Report. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM-Organic International, Bonn, 2015. – 306 p.