

## **РИНОК ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ**

О.П. Славкова, д.е.н., доцент  
Сумський національний аграрний університет  
*slavkova2@rambler.ru*

Сталий розвиток сільських територій обумовлює формування в сільському господарстві України нового напрямку – органічного виробництва сільськогосподарської продукції. В останні роки

особливу увагу міжнародні організації, науковці, практики, представники органів державного управління приділяють розвитку органічного агровиробництва та органічним продуктам харчування.

Екологізація ринку продовольства та зростаючий попит на дану продукцію створює умови для розвитку даного виду бізнесу в Україні. Україна в сучасних умовах має всі можливості виступити активним учасником у конкурентній боротьбі на ньому. Сьогодні Україна перебуває у статусі одного з найважливіших постачальників органічної сировини, маючи значний потенціал для виробництва органічної сільськогосподарської продукції, її експорту та споживання на внутрішньому ринку.

Є.В. Милованов при дослідженні питань формування органічного руху вказує на більшість соціальних прямих недоліків, які й впливають на затримання розвитку цього процесу: відсутність дотацій, невизнання продукції, як органічної, труднощі при зберіганні та реалізації на оптові ринки [1]. В той же час В.М. Сучкова визначає, що українська органічна продукція потенційно має вищу конкурентоспроможність, оскільки її мінімальна ціна, порогом якої є рівень собівартості, є нижчою за мінімальну ціну органічної продукції європейських країн [2]. Проведені власні дослідження [3,4] та аналіз органічного виробництва у Європі, здійснений О.В. Ходаківською та С. Г. Корчинською [5,6] надав можливість розрахувати модель підприємства, що буде забезпечувати виробництво конкурентоспроможної органічної продукції.

Розглядаючи організаційно-економічні передумови формування ринку органічної продукції, важливими каналами збуту розглядалися продаж на фермі, щотижня на роздрібному ринку, власний магазин у місті та ін. Але з розвитком інформаційних технологій з'явилися нові канали збуту, зокрема такі як інтернет-магазини.

Сільськогосподарське виробництво на органічних засадах пов'язане зі зміцненням машино-технічної бази підприємств та її постійним оновленням, оскільки технологічне утримання підприємства активізує інноваційний чинник на всіх етапах функціонування підприємства. Таким чином, економічний ефект у вигляді прибутку від запровадження органічного способу виробництва покращується паралельно зі здійсненням загальної перебудови діяльності підприємства на екологічних засадах.

В багатьох країнах світу діють ринки органічної сільськогосподарської продукції та харчових продуктів. У США та ЄС створена та успішно функціонує відповідна інфраструктура сертифікації, маркетингу та реалізації органічних продуктів. В останні

роки частка органічного сільського господарства значно збільшилася в структурі агропромислового комплексу нашої держави. Ринок екологічно чистих товарів в Україні має такі особливості:

- швидке зростання ринку робить його особливо привабливим для учасників;

- вихід на ринок органічної продукції вимагає значних капіталовкладень і характеризується високим ризиком;

- неконкретні вимоги до віднесення товарів з маркою «екологічно чисті»;

- основний сегмент споживачів екологічно чистих товарів – це діти в віці від 0 до 14 років [7].

Згідно з європейським стандартом щодо органічного виробництва, Постановою Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 року, органічне виробництво – це цілісна система господарювання та виробництва харчових продуктів, яка поєднує в собі найкращі практики з огляду на збереження довкілля, рівень біологічного різноманіття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів належного утримання (добробуту) тварин та метод виробництва, який відповідає певним вимогам до продуктів, виготовлених із використанням речовин та процесів природного походження [8]. Як засвідчила вітчизняна практика, застосування системи екологічного землеробства дає можливість одержувати стабільну, біокліматично, енергетично й економічно обґрунтовану продуктивність ріллі, підвищувати якість продукції рослинництва, зберігаючи та відтворюючи родючість ґрунту.

Споживачів екологічно чистої продукції можна умовно поділити на три групи: споживачі з низьким рівнем доходу; споживачі із середнім рівнем доходу; споживачі з високим рівнем доходу [9]. Розраховано, що інвестиції в органічне виробництво можуть окупатися від 2 до 10 років, що обумовлено специфікою виробництва, поки що обмеженістю попиту, причиною чого є низька платоспроможність населення та недостатня обізнаність про переваги органічної продукції. Однак попит на органічну продукцію поступово зростає. Про що свідчить те, що з недавнього часу великі супермаркети зацікавились органічною продукцією.

Органічна продукція з'явилася на полицях «Сільпо», Metro, «Мегамаркет», Villa, Велика кишеня, Фуршет, Fozzy, Екомаркет (табл.1). Продукція, представлена в мережах, як імпортна, так і вітчизняна. На сьогоднішній день більшість виробників органіки в Україні – невеликі виробництва з переробки та фермерські господарства.

Таблиця 1

**Співвідношення ціни органічної продукції до традиційної в Україні (станом на 01.04.2014 р.)**

Продукція	Од. виміру	Ціна, грн. за одиницю		Відношення ціни органічної продукції до звичайної, разів
		Традиційна продукція	Органічна продукція	
Борошно пшеничне (органічне "Екород")	1 кг	6,82	20	293,3
Цукор	1 кг	3,54	21	593,2
Молоко	1 л	8	24,3	303,8
Яйця	10 шт.	9	20	222,2
Шоколад (Молочный органический Seed&Bean)	0,085 кг	10	60	600,0
Яловичина органічна	1 кг	60	208	346,7
Картопля	1 кг	3,74	8,5	227,3
Пиво	0,5 л	4,75	24,5	515,8
Яблучний сік	330 мл	11	16,52	150,2
Кава Papua New Guinea (арабіка)	0,1 кг	26	40	153,8

Джерело: розрахунки власні на основі [11].

Через відсутність єдиного пулу виробників органічної продукції підприємці стикаються з проблемою дистрибуції своєї продукції. Щоб товари потрапили на полиці магазинів, необхідно оформити ряд дозвільних документів. Для більшості дрібних виробників це процедура надто складна.

Виробництво органічної продукції повинно бути спрямоване на застосування закритого типу виробничого процесу, а саме на розвиток диверсифікаційних процесів та завоювання нових ринків, що дасть можливість зменшити виробничу собівартість за рахунок використання та контролювання власних матеріальних ресурсів, які відповідають принципам органічності.

Основними перешкодами, які стоять перед розвитком органічного виробництва є:

– несформованість нормативно-правової бази, а саме неприйняття законодавчих актів та нормативних документів по сертифікації продукції;

- необізнаність як самих людей, так і сільгоспвиробників щодо виробництва органічної продукції;
- недостатність державної підтримки виробництва;
- вища ціна української продукції в порівнянні з імпоротною;
- виробництво органічної продукції виключно крупними товаровиробниками;
- недостатність інвестицій в переробні підприємства з виробництва органічної продукції;
- нерозвиненість торгової мережі органічної продукції.

Незважаючи на проблеми становлення ринку органічної продукції він на сьогодні є перспективним для аграрного сектору України. Виробництво органічної продукції має великий потенціал для стабілізації соціально-економічного стану та сприяє сталому розвитку сільських територій та покращення суспільного капіталу сільської місцевості.

## Література

1. Милованов Є. В. Тенденції розвитку ринку української органічної продукції / Є.В.Милованов // Матеріали науково-практичного семінару « Сучасні тенденції виробництва та маркетингу органічної продукції» (Львів, 31 березня 2004 р.). – 2004. – С. 37-42.
2. Сучкова В.М. Методичні підходи до обґрунтування ціни пропозиції на органічну продукцію / В.М. Сучкова // Економіка АПК. – 2009. – № 5. – С. 110 – 115.
3. Легеза Д. Г. Досвід органічного виробництва у сільськогосподарських підприємствах Пенсільванії / Д. Г. Легеза // Серія «Економічні науки» : зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – 2010. – № 8. – С. 194-201
4. Легеза Д. Г. Процес розвитку виробництва органічної продукції в Україні / Д. Г. Легеза // Серія «Проблеми економіки та управління» : Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – №683 – С. 99-104
5. Новиков Ю.Н. Организация производства в сельскохозяйственных предприятиях : практикум / под ред Ю. Н. Новикова, Н. М. Жуковского. – К. : Вища школа, 1986. – 311 с.
6. Ходаківська О. В. Світова практика державного регулювання та підтримки органічного виробництва / О. В. Ходаківська, С. Г. Корчинська // Серія «Економічні науки» : Вісник Харківського національного університету сільського господарства. – 2011. – Вип. 113. – С. 418-423.

7. Ковальчук С., Співак В. Виробництво екологічно чистої продукції як основа аграрної спеціалізації України / С. Ковальчук, В. Співак [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>.

8. Довідник стандартів ЄС щодо регулювання органічного виробництва та маркування органічних продуктів. – Кн. 1. / За ред. Є. Милованова, С. Мельника, О. Демидова [та ін.]. – Л. : ЛА «Піраміда», Федерація органічного руху України, 2008. – 204 с.

9. Лунєєв Л. Органічні продукти: комерція чи здоров'я? [Електронний ресурс] / Л. Лунєєв. – Режим доступу: <http://www.potrebitel.net.ua/print/2284> Федерація органічного руху України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organic.com.ua>.

10. Сус Т.Й. Особливості становлення ринку екологічно чистої продукції в Україні // Сус, Т. Й. Страхування ризиків при вирощування екологічно чистої продукції / Т. Й. Сус // Економіка АПК. – 2012. – № 12. – С. 66–71.

11. Натуральные и органические продукты питания [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://natur-boutique.ua/index.php?cat=90>.