

Чайка Тетяна Олександрівна,

здобувач, провідний фахівець Наукового інституту інноваційних технологій та змісту аграрної освіти Миколаївського державного аграрного університету

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано світову та вітчизняну динаміку ринку органічної продукції, розглянуто передумови його формування та ефективного функціонування в Україні в умовах ринкової економіки.

Ключові слова: органічне виробництво, органічна продукція, ринок органічної продукції, оператори ринку органічної продукції, суб'єкти ринку органічної продукції.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Сьогодні ринок органічної продукції в Україні перебуває на стадії становлення, оскільки відсутній основний закон про органічне виробництво, умови та національні стандарти сертифікації органічної продукції. Так, затверджена Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року від 19.09.2007 р. №1158, яка передбачає: довести обсяг частки органічної продукції у загальному обсязі валової продукції сільського господарства до 10%; здійснити розвиток рослинництва шляхом стимулювання ведення органічного сільського господарства; з метою формування агроекологічного іміджу України – унормувати розвиток органічного землеробства, створити систему його сертифікації [1] тощо. Національним планом дій з охорони навколишнього природного середовища України на 2011-2015 роки від 25.05.2011 р. №577-р регулюється створення умов для широкого впровадження екологічно орієнтованих та органічних технологій ведення сільського господарства та досягнення у 2020 р. їх використання до 50% від базового рівня [2]. На місцевому рівні підтримка розвитку органічного виробництва в деяких областях здійснюється в межах регіональних програм. Наприклад, у Вінницькій області розроблено План реалізації Стратегії регіонального розвитку області на 2011-2013 рр. (Проект Європейського Союзу «Підтримка сталого регіонального розвитку в Україні») [3], в Івано-Франківській області – Програма поліпшення родючості сільськогосподарських угідь області на 2011-2015 роки [4] тощо.

Однак, без чинної нормативно-правової бази, яка регулює процес виробництва органічної продукції від системи землеробства до виробництва готової до споживання продукції з обов'язковою сертифікацією на всіх етапах, на нашу думку, неможливий розвиток органічного виробництва та формування ринку органічної продукції в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні розглядалися такими вітчизняними науковцями, як: Артиш В.І. [5], Зайчук Т.О. [6], Милованов Є.В. [7], Шлапак В.О. [8] та ін.

Невирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми. Однак, на нашу думку, особливості формування ринку органічної продукції в Україні, взаємозв'язок його основних суб'єктів та оцінка потенціалу не отримали достатньої уваги.

Метою статті є дослідження умов формування ринку органічної продукції та проблем, які перешкоджають його розвитку в Україні. Для досягнення зазначеної мети у дослідженні поставлено та вирішено такі **завдання:**

- 1) проаналізувати тенденції розвитку світового та вітчизняного ринку органічної продукції;
- 2) визначити перспективи його розвитку;
- 3) запропонувати дієву функціональну структуру вітчизняного ринку органічної продукції;
- 4) визначити умови ефективного функціонування ринку органічної продукції в Україні.

Основний матеріал. Починаючи з 90-х років ХХ ст., у багатьох країнах світу формуються ринки органічної продукції, обсяги яких на сьогодні стрімко зростають, 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% [9], 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.

Ретроспективний огляд органічного ринку (табл. 1) свідчить про те, що в 2009 р. у зв'язку зі світовою економічною кризою в секторі органічного землеробства спостерігалася негативна динаміка – економічний спад сприяв скороченню числа органічних виробників.

Таблиця 1 – Розвиток ринку органічної продукції у провідних країнах світу, 2005-2009 рр., [побудовано та розраховано за даними 11]

Показник Країна	Обсяг ринку, млрд євро					Споживання на душу населення, євро				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Світовий ринок ¹	33,2	38,6	46,1	50,9	54,9	-	-	-	-	-
США	12,9	11,1	13,4	-	17,8	50,6	54,6	67,2	-	58
Німеччина	3,9	4,6	5,3	5,9	5,8	47	56	64	71,2	70,7
Франція	2,2	1,7	1,9	2,6	3,0	37	27	30	40,5	47,2
Великобританія	2,3	2,8	2,6	2,5	2,1	39	47	42	40,8	33,5
Італія	2,4	1,9	1,9	2,0	1,5	42	32	32	33,0	25,0
Швейцарія	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	103	102	105	119,2	131,5
Австрія	-	0,5	0,7	0,8	0,9	-	64	89	97,4	103,8
Швеція	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	48	42	53	67,8	75,4
Данія	0,3	0,4	0,6	0,7	0,8	57	80	106	131,8	138,6
Люксембург	-	-	0,04	0,04	0,05	-	-	85	84,9	103,3
Ліхтенштейн	0,0025	0,003	0,003	0,003	0,0034	71,8	86	85	84,5	100,0

Примітка 1. Дані наведено у дол. США для відображення позитивної динаміки, оскільки з 2006 р. курс долара США до євро зменшився

Наприклад, у Великобританії на одному з найбільших ринків органічної продукції у 2009 р. продажі скоротилися на 13,6% [10]. Однак продаж органічних продуктів у світі

у 2009 р. збільшився на 7,9% відносно 2008 р. і становив 54,9 млрд дол. США (вартість ринку органічних продуктів Південної та Північної Америки становить 48,7% від світового рівня).

За загальним валовим споживанням органічних продуктів лідером є Німеччина, в якій у 2009 р. споживання органічних продуктів становило 5,8 млрд євро. При цьому рівень споживання на одну людину на рік має стабільну динаміку до зростання – з 47 євро у 2005 р. до 70,7 євро у 2009 р. Це пояснюється тим, що Німеччина з 80-х років ХХ ст. почала впроваджувати політику здорового харчування [9].

Найбільше витрачають на придбання органічних продуктів датчани (138,6 євро на рік на одну особу), швейцарці (131,5 євро) й австрійці (103,8 євро), що пояснюється високим рівнем доходів споживачів та розвитком економіки (табл. 2). При цьому найбільшими є витрати на овочі, фрукти, молочні, хлібобулочні та м'ясні продукти.

Таблиця 2 – Розвиток ринку органічної продукції в Україні та країнах ближнього зарубіжжя, 2005-2009 рр., [побудовано та розраховано за даними 7]

Показник	Обсяг ринку, млн євро					Споживання на душу населення, євро				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Країна										
Україна	4,0	4,0	5,0	0,5	1,2	0,08	0,09	0,11	0,01	0,03
Російська Федерация	-	-	30,0	60,0	65,0	-	-	0,2	0,4	0,5
Польща	30,0	50,0	20,0	50,0	-	0,79	1,3	1,0	1,3	-
Чеська Республіка	12,0	26,8	51,6	68,0	68,3	1,2	3,0	5,0	6,6	6,5
Словаччина	-	4,3	-	4,3	-	-	1,0	-	0,8	-
Угорщина	5,6	20,0	-	-	25,0	0,6	2,0	-	-	2,5
Румунія	-	2,5	-	-	-	-	2,5	-	-	

У США більше 40% американців споживають органічну продукцію, при цьому їх можна умовно розділити на такі категорії:

- органічна інтегрована група (37% усіх органічних споживачів) – люди, які вживають органічні продукти більше одного разу на день;
- органічна середня група (39%) – вживають органічні продукти принаймні раз на тиждень;
- органічна початкова група (24%) – вживають органічні продукти нерегулярно, час від часу.

Світові доходи операторів ринку органічної продукції у 2009 р. відносно 2000 р. збільшилися у 3,0 рази завдяки подвійним щорічним темпам зростання (за винятком 2009 р.). За прогнозами, до 2014 р. вартість світового ринку органічної продукції становитиме 96,5 млрд дол. США, що відповідатиме зростанню у 60,7% відносно 2009 р. [13]. Підвищення темпів зростання світового ринку органічних продуктів передбачається після збільшення споживчих витрат і відновлення світового аграрного сектора після економічного спаду.

В Україні виробництво органічної продукції розпочалося наприкінці 90-х років ХХ ст., коли великі міжнародні трейдерські організації проводили органічну сертифікацію фермерських господарств, що збанкрутіли, і реалізували продукцію на експорт. Низька якість органічних зернових на той час повністю відповідала вимогам замовника, оскільки в Європі тваринництво було на підйомі, а корми з України були

значно дешевші. У цьому випадку власниками сертифікатів були іноземні трейдери, які до сьогодні не розкривають інформацію щодо кількості угідь, на яких вони працюють [12], що перешкоджає достовірному висвітленню вітчизняного ринку органічної продукції. Тому дані про частку органічного виробництва в Україні та кількість зайнятих під органічною продукцією земель можна зустріти лише в щорічних виданнях Дослідного інституту органічного сільського господарства (FiBL), що обумовлює їх умовність з урахуванням вищезазначених історичних особливостей розвитку ринку.

Отже, за даними FiBL сьогодні Україна входить до двадцятки світових країн-лідерів органічного руху, таких, як США, Великобританія, Німеччина, Франція, Швеція, Швейцарія, Нідерланди. За площею сертифікованих за органічними стандартами сільськогосподарських угідь Україна впродовж 2005-2009 рр. входить до десятки європейських країн.

Оборот національного ринку органічних продуктів (табл. 2) у 2008 р. становив 500 тис. євро, у 2009 р. – збільшився до 1,2 млн євро. У 2010 р. прогнозується його зростання більш, ніж удвічі – до 2,5 млн євро [13]. Таким чином, незважаючи на кризу та високі ціни, український органічний ринок зростає.

Вітчизняний ринок органічної продукції має значний потенціал, оскільки його обсяг є найменшим серед сусідніх європейських країн, тоді як за площею сільськогосподарських угідь під органічним виробництвом 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 [14]. 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.

Таким чином, розвиток вітчизняного ринку органічної продукції складається і залежить від: споживача, виробника, постачальника, продавця, дистриб'ютора, законодавчих та контролюючих органів тощо (рис. 1).

Для забезпечення ефективного розвитку ринку органічної продукції в умовах ринкової економіки кожен з суб'єктів цього ринку повинен володіти певним обов'язковим набором атрибутів (табл. 3).

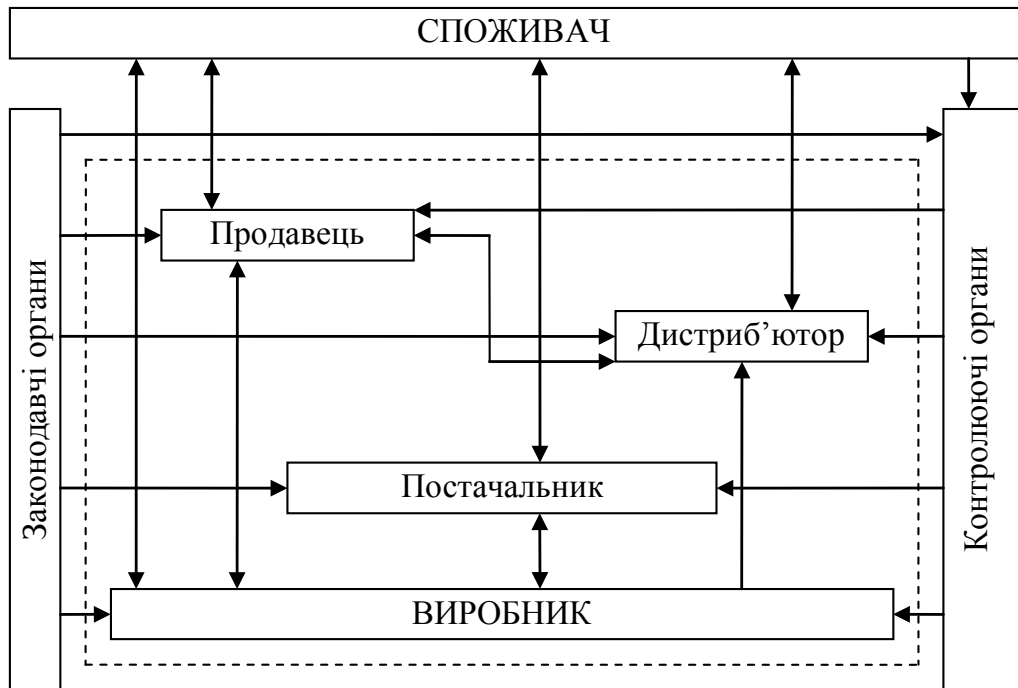


Рисунок 1 – Схема взаємозв'язку основних суб'єктів ринку органічної продукції, [авторська розробка]

Таким чином, 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. Крім того, у процесі взаємодії основних учасників 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.

Таблиця 3 – Умови ефективного функціонування ринку органічної продукції в Україні, [розвинуто ідею 15]

Учасник ринку	Характеристика та умови участі на ринку
Законодавчі органи	<p>Встановлюють умови функціонування ринку через законодавчо-нормативні акти, що визначають особливості виробництва, переробки та реалізації органічної продукції.</p> <p><i>Умови:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знати, що таке органічний продукт. 2. Забезпечити ефективну взаємодію всіх учасників ринку. 3. Знати попит на органічну продукцію
Контролюючі органи	<p>Контролюють виконання законодавчо-нормативних актів всіма учасниками ринку.</p> <p><i>Умови:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знати, що таке органічний продукт. 2. Здійснювати контроль за дотриманням вимог законодавчих органів. 3. Знати попит на органічну продукцію
Споживачі	<p>Головні суб'єкти, які визначають умови на ринку та зазнають впливу від інших учасників.</p> <p><i>Умови:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 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	<p>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.</p> <p><i>Умови:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 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
Продавці і дистриб'ютори	<p>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. На українському ринку представлені, насамперед, спеціалізованими торговельними точками, спрямованими на продаж натуральних, екологічно чистих і органічних продуктів, а також супермаркетами, які включають в свій асортимент органічні продукти.</p> <p><i>Умови:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 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 зокрема, сприяти підвищенню інформованості про органічні продукти серед населення взагалі і серед своїх покупців. 7. Стимулювати та формувати попит і пропозицію на ринку органічної продукції, забезпечувати ефективну комунікацію між споживачем і виробником / постачальником

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок про необхідність формування вітчизняної нормативно-правової бази органічного виробництва з урахуванням сучасних тенденцій розвитку світового та вітчизняного ринку органічної продукції, що забезпечить, у першу чергу, розвиток вітчизняного виробництва органічної продукції та задоволення зростаючого попиту споживачів. Ефективність розвитку ринку органічної продукції в ринкових умовах господарювання є можливою за умови виконання кожним суб'єктом ринку відповідних функцій. Зазначене 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.

1. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року від 19.09.2007 р. №1158 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minagro.gov.ua/page/?3800.
2. Національний план дій з охорони навколишнього природного середовища України на 2011-2015 рр. від 25.05.2011 р. №577-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.menr.gov.ua/media/files/Articles/Diyalnist/Ekologichniy_kontrol/Ekologichna_poliyika/PR_Rozporyadjennya_KMU_NacPIDiy_301210.doc.
3. План реалізації Стратегії регіонального розвитку Вінницької області на 2011-2013 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ssrđ.org.ua/content/ukr/tools/strategic_frame_work_rds_vinnitsia_ua.pdf.
4. Програма поліпшення родючості сільськогосподарських угідь Івано-Франківської області на 2011-2015 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.orada.if.ua/fileadmin/documents/Rishennja/06_07/203-7.pdf.
5. Артиш В.І. Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С 117-120.
6. Зайчук Т.О. Вітчизняний ринок екологічно чистих продуктів харчування та шляхи його розвитку / Т.О. Зайчук // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 4. – С. 114-125.
7. Милованов Е.В. Органические продукты: чешские ориентиры / Е.В. Милованов // Агроперспектива. - 2004. – №9. – С. 62-64.
8. Шлапак В.О. Створення інфраструктури виробництва та маркетингу екологічно чистої овочевої продукції в Україні / В.О. Шлапак, В.М. Попенко // Економіка АПК. – 2004. – №1. – С. 135-139.
9. Де можна купити і скільки коштують органічні продукти в Україні? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/person/2008/12/10/11160>.
10. Испания продолжает оставаться крупнейшим европейским производителем органических фруктов и овощей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lol.org.ua/rus/fruits/showart.php?id=100390>.
11. The World of Organic Agriculture 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organic-world.net/yearbook.html?&L=idtbbcddeumlpvldb>.
12. Ринок органічної продукції та Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.biolan.org.ua/uk/news/?newsid=111>.
13. Prokorchuk N. Ukraine: Country Report [Електронний ресурс] / N. Prokorchuk, T. Eisenring. – Режим доступу: <http://orgprints.org/18745>.
14. 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.

15. Чернова И. К опросу об органическом рынке [Электронный ресурс] / И. Чернова. – Режим доступа: <http://www.btm-ukraine.com/files/article1.pdf>.

Т.А. Чайка

Предпосылки развития рынка органической продукции в Украине

В статье проанализированы мировая и отечественная динамика рынка органической продукции, рассмотрены предпосылки его формирования и эффективного функционирования в Украине в условиях рыночной экономики.

Ключевые слова: органическое производство, органическая продукция, рынок органической продукции, операторы рынка органической продукции, субъекты рынка органической продукции.

Т.О. Чайка

Preconditions for development of the market of organic products in Ukraine

The global and domestic dynamics of the market of organic products are analyzed in the article. The prerequisites of its formation and effective functioning in Ukraine in the conditions of the market economy are considered.

Keywords: organic manufacture, organic products, market of organic products, operators of the market of organic products, subjects of the market of organic products.

Отримано 12.10.2011 р.