

УДК 338.439.5:631.95(477)

ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

*О.В.Рудницька, науковий співробітник
Національний аграрний університет*

Розглянуто особливості формування ринку органічної продукції в Україні та визначено пріоритетні напрями розвитку.

Рассмотрены особенности формирования рынка органической продукции в Украине и определены приоритетные направления развития.

Ринок органічної продукції вже близько двох десятиріч є найдинамічнішим ринком продовольства у світі і стає популярною альтернативою споживанню традиційних продуктів. З понад 30 млрд. дол. США в 2005 р., які споживачі планети витратили на придбання різних органічних продуктів, лєвова частка припадає на Сполучені Штати Америки, Японію та високорозвинені країни Західної Європи. В США, наприклад, органічна продукція продається в 20000 закладах торгівлі, її можна придбати в магазинах здорового харчування та в спеціалізованих відділах 73% звичайних продовольчих магазинів [1]. Тому, нині надзвичайної актуальності набуває системний підхід до дослідження такого складного явища, як формування ринку органічної продукції в Україні, використовуючи зарубіжний досвід та власні доробки.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні знайшли відображення у наукових працях українських вчених: В.О.Шлапак, М.І.Кобець, Є.В.Милованов, Н.В.Бородачева, В.І.Артиш, М.В.Капштик та інші. Проте недостатньо вивченими залишаються система розподілу органічної продукції, а також форми державної підтримки органічного агровиробництва.

Мета дослідження. Проаналізувати проблеми формування

ринку органічної продукції в Україні, обґрунтувати шляхи їх подолання та визначити пріоритетні напрями розвитку.

Виклад основного матеріалу. Органічна продукція створюється в процесі органічного виробництва та відповідає наступним умовам: вироблена сертифікованим “органічним” господарством з дотриманням технологій та правил органічного виробництва, має відповідний сертифікат та маркування на упаковці. Самі принципи органічного сільського господарства давно відомі в Україні завдяки розвитку концепції “біологічного землеробства”, що забезпечує науково-фаховий потенціал, здатний швидко засвоїти та адаптувати жорсткі міжнародні стандарти до української практики. За даними Міжнародної федерації розвитку органічного землеробства, в Україні загальна площа сільськогосподарської землі під органічним землеробством у 2005р. становила 241,98 тис. га (рис.), що відповідає 17-му місцю в світі серед більш ніж 100 країн світу, випередивши ряд країн Східної Європи, нових членів Європейського Союзу, для яких розвиток органічного землеробства є пріоритетом Спільної аграрної політики ЄС.

Слід відмітити, що, незважаючи на великі площі під органічним землеробством, питанням розвитку ринку органічної продукції в Україні приділяється незначна увага. Науковці часто ототожнюють поняття “органічна продукція” з “екологічно чистою”. Хоча на упаковці останньої є посилання на особливий екологічний статус продукту, він не підтверджений сертифікатом і не гарантує споживачам безпеку споживання. Взагалі, термін “екологічно чиста продукція” є достатньо відносним і його визначення залежить від конкретної ситуації. Саме створення стандартів, інспекції та сертифікації щодо регулювання виробництва органічної продукції є важливими елементами системи, яка гарантує відповідну якість та безпеку споживачам.

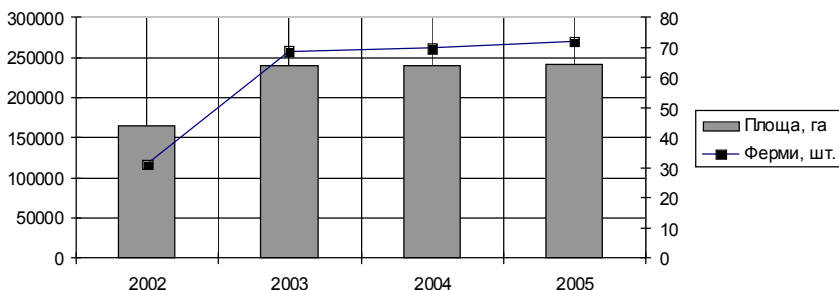


Рис. Динаміка площі органічних сільськогосподарських угідь та кількості органічних господарств в Україні [2]

На сучасному етапі на внутрішньому ринку України відсутня органічна продукція вітчизняного виробництва, призначена для кінцевого споживача. Близько 60% сільськогосподарської площі під органічним землеробством приходить на 4 основні культури: пшеницю, ячмінь, соняшник та кукурудзу — це свідчить про те, що ринок органічної продукції в Україні представлений в основному зерновими та олійними культурами, які направляються на експорт.

Досліджуючи кон'юнктуру зовнішнього ринку, відзначимо, що потенційними країнами для експорту є високорозвинені країни Західної Європи, які характеризуються високими темпами зростання ринку органічної продукції, а також країни Прибалтики та Японія. Попит на певні види органічної продукції залежить від країни, але в основному це олійні та зернові (тверді сорти пшениці, жито, овес, зерно кукурудзи). З метою підвищення конкурентоспроможності органічної продукції українського товаровиробника на зовнішніх ринках необхідно підтримувати менеджмент якості, створювати ринкову інфраструктуру по обслуговуванню суб'єктів ринку органічної продукції, налагоджувати довгострокові контакти з іноземними партнерами. Необхідність проведення активної інформаційної підтримки органічної продукції на зовнішніх ринках зумовлена негативним іміджем агропродовольчої продукції щодо екологічної безпеки внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС. Відвідування іноземних виставок (наприклад, "Biofach"), проведення спільних круглих столів, а також відвідування українських господарств іноземними імпортерами сприятиме

налагодженню тісних контактів. Великі аграрні підприємства мають можливості формувати великі партії органічної агропродовольчої продукції відповідної якості та експортувати її за кордон. Проте на практиці, експортом в основному займаються торговельно-посередницькі структури, які постійно проводять моніторинг зовнішнього ринку, відвідують міжнародні виставки та налагоджують контакти з імпортерами. Як відмічають іноземні партнери, органічна продукція українського виробництва має низькі показники якості (низький вміст білка, висока засміченість тощо).

Продукція тваринництва органічного виробництва взагалі відсутня на внутрішньому ринку, що пов'язано з низкою організаційно-економічних проблем та знаходиться в прямій залежності від створення внутрішнього ринку збуту.

Для стабілізації ринку органічної продукції в Україні важливим завданням є використання іноземного досвіду розвитку органічного агровиробництва. Аналіз тенденцій розвитку органічного агровиробництва в зарубіжних країнах свідчить про те, що його успіхи прямо залежать від величини та форм державної підтримки. Прямі фінансові виплати варіюють в залежності від країни, регіональних особливостей всередині країни та виду продукції. Крім прямих дотацій з розрахунку на площу сільськогосподарських угідь або на голову худоби, виробники органічної продукції можуть отримувати додаткову підтримку за різними програмами збереження та покращення культурних ландшафтів, їх екстенсивного використання (Німеччина, Франція, Австрія), у вигляді повернення частини витрат на сертифікацію агровиробництва (Норвегія, Данія), фінансування консультаційних служб (Швеція), дотації на придбання спеціальних машин, органічного насіння (Угорщина) тощо.

Зрозуміло, що для України розвиток органічного агровиробництва у великих масштабах також неможливий без державної підтримки. У зв'язку з цим пропонуємо законодавчо встановити форми державної підтримки органічного агровиробництва серед яких: створення і підтримка системи добровільної сертифікації органічного агровиробництва; підтримка консультаційної служби по органічному агровиробництву; надання довгострокових та короткострокових кредитів на пільгових умовах; компенсація частини витрат на придбання матеріальних ресурсів, страхування посівів,

Вісник аграрної науки Причорномор'я,
Випуск 3, т.1, 2007

тварин; фінансування наукових досліджень, організації професійної підготовки та підвищення кваліфікації кадрів в області органічного сільського господарства тощо. Умови та порядок надання державної підтримки, спрямованої на розвиток органічного сільського господарства, повинні встановлюватися на основі державної та регіональних цільових програм, прийнятих у відповідності з чинним законодавством. З 1 січня 2007 р. набирає чинності Закон України “Про дитяче харчування”, який визначає стратегічні загальнодержавні пріоритети у сфері забезпечення грудних дітей та дітей раннього віку достатнім, високоякісним та безпечним дитячим харчуванням, тому необхідно розробити низку заходів по державному стимулюванню виробництва органічної продукції для виготовлення продукції дитячого харчування.

Як підтверджує іноземний досвід, основними каналами збуту органічної продукції є супермаркети та магазини здорового харчування. Проте, на нашу думку, на початковому етапі розвитку ринку ключовим напрямком для фермерських господарств має стати прямий збут. Зауважимо, що використання прямого маркетингу для органічної продукції може бути як додатковим засобом вдосконалення традиційної системи збуту, що сприятиме збільшенню обороту і зростанню рентабельності господарства, так і основним інструментом збуту. Основними перешкодами, пов’язаними з розподілом органічної продукції на внутрішньому ринку, є обмежена пропозиція органічної продукції, невелика кількість переробних підприємств та торгових закладів, які б спеціалізувалися на органічній продукції, недостатня обізнаність споживачів тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Ринок органічної продукції в Україні на сучасному етапі знаходиться у зародковому стані. Відсутність законодавства про органічне землеробство, максимально інтегрованого до існуючих стандартів ЄС, національного органу сертифікації та відповідної ринкової інфраструктури стримують розвиток пропозиції з боку вітчизняних товаровиробників. Послуги іноземних органів сертифікації занадто дорогі і недоступні для малих та середніх фермерських господарств. Оцінка фінансово-кредитної та інвестиційної політики підтверджує той факт, що в нашій державі поки що не створені умови та стимули для підвищення конкурентоспроможності на рівні виробни-

ків. Приоритетними напрямками розвитку ринку органічної продукції є створення законодавчої бази, національного органу сертифікації, послуги якого будуть доступні невеликим фермерським господарствам, стимулювання переробних підприємств та роздрібною торгівлі, а також проведення активних заходів щодо формування попиту на органічну продукцію.

ЛІТЕРАТУРА

1. Органическое производство: мода, необходимость или эволюция потребления и производства? // Агроперспектива. – 2004. – № 5. – с.41-42
2. Willer Helga and Minou Youssefi. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2003- 2006. IFOAM, Bonn Germany.

УДК 338.43

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

І.В.Лазебна, аспірантка

Київський національний торговельно-економічний університет

У статті розглядаються параметри розвитку та динаміка змін харчової промисловості, а саме – ринок хлібобулочних виробів, який є і буде одним із найважливіших повсякденних продуктів харчування.

В статье рассматриваются параметры развития и динамика изменений пищевой промышленности, а именно – рынок хлебобулочных изделий, который есть и будет одним из важнейших повседневных продуктов питания.

Постановка проблеми. Сільськогосподарська продукція і продовольчі товари займають одне з вирішальних місць в життєзабезпеченні населення. Функціонування та розвиток харчової промисловості відбувається за умов існування системи стабільного забезпечення продовольчою сировиною; балансу між попитом та пропозицією; врівноваження цін; підвищення якості продукції; поєднання фізичної доступності продуктів харчування з платоспроможним попитом; випуск конкурентоспроможних продуктів