

## РИНОК ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Стаття присвячена узагальненню теоретико-методологічних положень і практичних аспектів формування вітчизняного ринку органічної продукції в умовах трансформаційних змін. Досліджено сутність, передумови та основні етапи розвитку ринку органічної продукції. Проаналізовано законодавчу базу регулювання ринку органічної продукції в Україні. Охарактеризовано сучасний стан органічного виробництва в світі та визначено потенціал для його розвитку в Україні. Встановлено потенційних споживачів органічної продукції. Звернено увагу на важливість розвитку каналів збуту і пропаганди органічної продукції в Україні. Виявлено основні проблеми, що перешкоджають розширенню внутрішнього органічного ринку. Окреслено перспективи подальшого розвитку ринку органічної продукції в Україні.*

**Ключові слова:** органічне виробництво, органічна продукція, переваги органічних продуктів, споживачі органічної продукції, ринок органічної продукції.

*Статья посвящена обобщению теоретико-методологических положений и практических аспектов формирования отечественного рынка органической продукции в условиях трансформационных изменений. Исследованы сущность, предпосылки и основные этапы развития рынка органической продукции. Проанализирована законодательная база регулирования рынка органической продукции в Украине. Охарактеризовано современное состояние органического производства в мире и определен потенциал для его развития в Украине. Установлены потенциальные потребители органической продукции. Обращено внимание на важность развития каналов сбыта и пропаганды органической продукции в Украине. Выявлены основные проблемы, которые препятствуют расширению внутреннего органического рынка. Очерчены перспективы дальнейшего развития рынка органической продукции в Украине.*

**Ключевые слова:** органическое производство, органическая продукция, преимущества органических продуктов, потребители органической продукции, рынок органической продукции.

*The article summarizes theoretical and methodological theses and practical aspects of the formation of organic products home market under the conditions of transformational changes. The essence, the preconditions and the main stages of the development of organic products market are studied. The legal bases of this market regulation in Ukraine is analysed. The present state of organic production in the*

*world is characterized and its potential development and potential consumers in Ukraine are defined. Special attention is paid to the importance of sale and popularization of organic products. The main problems which prevent the expansion of home organic market are revealed. The perspectives of its future development are defined.*

**Key words:** *organic production, organic products, advantages of organic products, consumers of organic products, organic products market.*

**Постановка проблеми.** Виробництво органічної продукції останнім часом з усвідомленням споживачами залежності між вибором продукції та здоров'ям, а також станом навколишнього природного середовища розвивається швидкими темпами. Воно має зв'язок та безпосередньо впливає на пришвидшення економічного, екологічного і суспільного розвитку. Ринок органічної продукції вже близько двох десятиріч є найдинамічнішим ринком у світі й стає найпопулярнішою альтернативою споживанню традиційної продукції. Тому проблема формування вітчизняного органічного ринку є надзвичайно актуальною.

**Аналіз актуальних досліджень.** На сучасному етапі питання розвитку органічного виробництва, формування та функціонування ринку органічної продукції знайшли відображення у наукових працях таких учених, як В. Андрійчук, С. Антонець, Г. Антонюк, В. Артиш, Р. Безус, Н. Бородачева, О. Варченко, В. Вовк, Т. Зайчук, В. Кисіль, Є. Милованов, Н. Сіренко, Г. Тютюнник, В. Шлапак, О. Шубравська та інші. Ці роботи висвітлюють окремі теоретичні та практичні питання організаційно-економічних передумов створення вітчизняного ринку органічної продукції, сучасного стану його розвитку, зарубіжного досвіду органічного виробництва та функціонування світового ринку органічної продукції. Однак вимагають подальших системних досліджень проблеми і перспективи розвитку ринку органічної продукції в трансформаційній економіці України.

**Мета статті** – дослідити особливості формування й функціонування вітчизняного ринку органічної продукції, виявити проблеми і визначити перспективи його подальшого розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Ринок органічної продукції – це особливий ринок продукції й послуг, який гарантує покупцеві кращу якість товарів. Він характеризується рядом особливостей, пов'язаних із технологією виробництва, переробки, зберігання, процесом сертифікації, каналами збуту тощо. Основні етапи розвитку ринку органічної продукції у світі представлені в таблиці 1 [1, с. 20].

Таблиця 1

Основні етапи розвитку ринку органічної продукції

Етап	Основні характеристики етапу розвитку
60-70-ті роки ХХ ст. Зародження ідеї виробництва органічної продукції	1. Зародження ідеї «зеленого руху, який пропагує піклування про довкілля і здоровий спосіб життя. 2. Формування ініціативних груп, які переходили на виробництво і споживання біопродуктів, вирощених без використання хімічних добрив. Переважає натуральне господарство, створюються спеціалізовані міні-магазини. Активне проникнення на ринок відсутнє.
80-90-ті роки ХХ ст. Популяризація, формування попиту на органічну продукцію	1. Зростання популярності екологічних ідей серед населення. 2. Поява активного попиту на органічні продукти – стихійне формування спеціалізованого ринку, збільшення кількості ековиробників, відкриття магазинів органічної продукції.
90-ті роки ХХ ст. – початок ХХІ ст. Розвиток і стандартизація ринку екологічної продукції	1. Підвищення інтересу до перспективного ринку органічної продукції з боку урядів держав і великого бізнесу. 2. Встановлення системи державного регулювання ринку органічної продукції. Створення національних стандартів і систем сертифікації. 3. Динамічний розвиток ринку органічної продукції та щорічні темпи її приросту.

Статистика світового органічного ринку свідчить, що на сьогодні 170 країн розвивають органічне сільське господарство на 43 млн га земель. Європейський ринок органічної продукції щороку зростає на 5 – 10 % (звіт FiBL-IFOAM).

Ринок органічної продукції в Україні знаходиться на початковому етапі

формування. З 1991 по 2012 рр. виробництво, зберігання та обіг органічної продукції фактично не контролювалися і не регулювалися державою. Відповідно відсутність офіційної статистики та чіткого визначення, які саме продукти необхідно віднести до органічних, ускладнювало визначення фактичного стану ринку органічної продукції та забезпечення його розвитку.

У вересні 2013 р. був прийнятий Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» [6]. Цим законом розроблена державна політика, спрямована на створення сприятливих умов для розвитку конкурентоспроможного, високоефективного ведення сільського господарства за допомогою виробництва органічної продукції, збільшення експорту органічної продукції, розвитку внутрішнього ринку органічної продукції та задоволення потреб споживачів в асортименті органічної продукції, виробництві органічної продукції високої якості.

Але даний закон носить декларативний характер і його реалізація на сьогоднішній день, на справедливу думку фахівців, потребує значних коригувань і доповнень.

Україна має значний потенціал для виробництва органічної продукції, реалізації її на експорт та внутрішнього споживання. Тільки агроекологічний потенціал урожайності, за даними Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО), становить 6,2 т/га, а фактичний середній збір урожаю – 2,5 т/га [9, с.47]. Це найбільший у світі потенціал, який може бути використаний максимально ефективно із застосуванням органічних технологій землеробства. На розвиток ринку органічної продукції впливає і близькість України до ринку Європи, місткість якого складає, за оцінками експертів, 26 млрд дол [4, с.10].

Потенційними споживачами органічної продукції є близько 5 % населення великих та близько 1-2 % середніх міст України. Органічна продукція у порівнянні зі звичайною є дорожчою, що ускладнює розширення внутрішнього ринку в країні. У середньому ціна на органічну продукцію у 2 –

2,5 рази вища за ціну на звичайні продукти. Це пояснюється невеликими обсягами виробництва, які не дають можливості економити на масштабі виробництва, значними витратами праці, необхідністю сертифікації, інспекції тощо. Проте саме натуральність і органічність продукції є однією з важливих конкурентних переваг на ринку.

Органічна продукція є більш привабливою для споживачів, оскільки вона корисна для здоров'я, екологічно безпечна, має кращу якість і вищі смакові якості, не містить у собі генно модифікованих організмів, зберігає поживні речовини та натуральні складові при переробці. На органічну продукцію орієнтуються насамперед люди з вищою освітою, з високою купівельною спроможністю, ті, хто піклується про здоров'я своєї родини й орієнтується на високоякісну продукцію, а також сім'ї з дітьми до 7 років [4, с. 8].

Оборот національного ринку органічної продукції становив у 2007 р. 500 тис євро, у 2008 р. – 600 тис євро, у 2009 р. – 1,2 млн євро, у 2010 р. – 2,4 млн євро, у 2011 р. – 5,1 млн євро, у 2012 р. цей показник зріс до 7,9 млн євро, а у 2013 р. – до 12,2 млн євро [7, с.3]. Таким чином, вітчизняний органічний ринок зростає. Однак точних даних щодо обсягу та асортименту органічної продукції немає через відсутність офіційних статистичних даних.

Для ринку органічної продукції характерні ринкові коливання – з періодами високого попиту і невеликої пропозиції органічної продукції, а також навпаки, з великою пропозицією й незначним попитом. Тому виробники повинні тісно співпрацювати з різними покупцями, щоб відчувати ринкові коливання та одержувати більше інформації про продукцію підвищеного попиту, стандарти якості й стратегії ціноутворення.

Найважливішими каналами збуту і пропаганди органічної продукції в Україні виступають невеликі спеціалізовані магазини здорового харчування (мережа магазинів органічної продукції «Еко-Шик», мережа магазинів натуральної і органічної продукції ТОВ «Торговельний Дім Органік Ера», «Натур Бутік» тощо) та супермаркети (наприклад, мережа супермаркетів «Мегамаркет»).

Українські організації характеризуються потужним внутрішнім потенціалом для розвитку ринку органічної продукції в країні. Серед них: сертифікаційна організація «Органік стандарт», Спілка виробників сертифікованих органічних продуктів «Органічна Україна», Клуб органічного землеробства, Асоціація виробників органічної продукції «Чиста флора», Інформаційний центр «Зелене досє», Всеукраїнська громадська організація «Жива планета» тощо). Донори з Нідерландів, Швеції, Франції, Німеччини, США, Канади підтримують Україну у цій серйозній справі [8, с. 50].

Перешкодами на шляху ефективного формування попиту та пропозиції на ринку органічної продукції є: відсутність державної підтримки та сприяння органічним виробникам; високі ціни на сертифіковану органічну продукцію; неналагодженість постійних каналів збуту; обмеженість асортименту продукції; відсутність належного маркетингового досвіду щодо реалізації органічної продукції; недостатня обізнаність споживачів відносно особливостей органічної продукції; недостатність інформації.

Питома вага ринку органічної продукції в загальному обсязі сільськогосподарського ринку України складає близько 1%, що є надзвичайно низьким показником [3, с. 18]. Проблемою є і те, що близько 80% вітчизняної органічної продукції експортується. В основному це рослинна продукція – великотоварне виробництво зернових і олійних культур (озима пшениця, ярий ячмінь, жито, соняшник, гречка). Решта продукції реалізується на внутрішньому ринку.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, ринок органічної продукції в Україні ще тільки починає формуватися. Лише розпочато створення законодавчої бази із врегулювання відносин на цьому ринку. Враховуючи поточну економічну кризу, органічний ринок переживатиме складні часи. Але перспективи для його розвитку є позитивними, особливо в умовах розгортання євроінтеграційних процесів, зростання попиту на органічну продукцію в країнах ЄС. Тому подальшим напрямком

дослідження має бути визначення шляхів реалізації стратегії розширення присутності України на європейському ринку органічної продукції.

### Література

1. Артиш В.І. Розвиток світового ринку органічної продукції / В.І.Артиш // Економіка АПК. – 2010. - № 3. – С. 113 - 116.
2. Безус Р.М., Антонюк Г.Я. Ринок органічної продукції в Україні: проблеми та перспективи / Р.М.Безус, Г.Я.Антонюк // Економіка АПК. – 2011. - № 6. – С. 47 - 52.
3. Бурляй А.П., Гуцаленко О.О. Роль України у формуванні пропозиції європейського ринку органічної продукції / А.П.Бурляй, О.О.Гуцаленко // Економічний часопис – XXI. – 2013. - № 11-12 (2). – С.15-18.
4. Воскобійник Ю.П., Гаваза Є.В. Ємність ринку органічної продукції в Україні / Ю.П.Воскобійник, Є.В.Гаваза // Агроінком. – 2013. - № 4-6. – С. 7 - 10.
5. Дудар О.Т. Розвиток органічного агровиробництва в Україні / О.Т.Дудар // Економіка АПК. – 2012. - № 3. – С. 121 - 126.
6. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції» від 03.09.2013 р. № 425 – УІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/425-18>.
7. Органік в Україні / Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-39-01>.
8. Сіренко Н.М. Органічні продукти харчування у забезпеченні продовольчої безпеки України / Н.М.Сіренко // Економіка АПК. – 2012. - № 1. – С. 43 - 49.
9. Тютюнник Г. Основи розвитку національного ринку органічного землеробства в Україні / Г.Тютюнник // Галицький економічний вісник. – Тернопіль: ТНТУ, 2014. – Том 46. - № 3. – С. 46 – 52.