

Тематична рубрика: **ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ  
ГОСПОДАРСТВОМ**

УДК: 339.138

**Багорка М.О.**

кандидат сільськогосподарських наук,  
доцент кафедри маркетингу  
Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

**СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ  
В УКРАЇНІ  
STATE AND PROBLEMS OF ORGANIC PRODUCTIONS MARKET  
IN UKRAINE**

В статті досліджена сутність та стан органічного виробництва в Україні та світі; проаналізовані сучасні тенденції та проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні; визначити економічні, екологічні та соціальні переваги органічного виробництва в аграрному секторі; виділені основні фактори та проблеми, що пов'язані з формуванням ціни на органічну продукцію.

**Ключові слова** органічна продукція, органічне виробництво, ринок органічної продукції, переваги органічних продуктів, проблеми розвитку органічного ринку, система ціноутворення на органічну продукцію.

В статье исследована сущность и состояние органического производства в Украине и мире; проанализированы современные тенденции и проблемы развития рынка органической продукции в Украине; определены экономические, экологические и социальные преимущества органического производства в аграрном секторе; выделены основные факторы и проблемы, связанные с формированием цены на органическую продукцию.

**Ключевые слова:** органическая продукция, органическое производство, рынок органической продукции, преимущества органических продуктов, проблемы развития органического рынка, система ценообразования на органическую продукцию.

The article explored the nature and status of organic production in Ukraine and abroad; analyzed current trends and challenges of the market of organic products in Ukraine; identify economic, environmental and social benefits of organic production in the agricultural sector; identified the main factors and issues that relate to the price of organic products.

**Keywords:** organic products, organic production, organic market, the benefits of organic products, development of the organic market pricing system for organic products.

**Постановка проблеми.** Важливою проблемою сьогодення є забезпечення населення високоякісними продуктами харчування виробленими в аграрному секторі, а також вирішення питання продовольчої безпеки. При цьому основні вимоги висуваються не тільки до якості продукції, а й стану навколишнього середовища. Ці проблеми є актуальними як в Україні так і в багатьох країнах світу.

В сучасних умовах якість (і в тому числі екологічна безпечність) продукції, виробленої аграрним сектором, стає одним з основних факторів внутрішньої та зовнішньої конкурентоспроможності галузі [1, с. 40].

В останні роки рівень антропогенного навантаження на навколишнє середовище має негативний вплив. При цьому це проблема як локального так і глобального рівня. Особливо це стосується галуззі аграрного виробництва, яка є найбільш чутливою до будь-якого втручання в розвиток агроєкосистеми.

Розуміння екологічної небезпеки змушує населення переглянути своє ставлення до продуктів харчування. Все більше уваги споживачі приділяють стану здоров'я і при цьому усвідомлюють залежність між вибором продукції та станом навколишнього природного середовища, які є основними чинниками впливу на здоров'я людини. Все це сприяло розвитку культури ведення екологічного або органічного аграрного виробництва.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

У світовій практиці органічне агровиробництво є найпоширенішим альтернативним методом ведення сільського господарства, який створює потенційні можливості для задоволення зростаючого попиту споживачів на екологічно чисті й безпечні для здоров'я людей продукти харчування.

Дослідженню стану, проблем та перспектив розвитку органічного сільськогосподарського виробництва присвячені наукові праці таких

вітчизняних і зарубіжних вчених, як Г. Антонюк, В. Артищ, Р. Безус, Н. Берлач, В. Вовк, В. Гармашова, Т. Дудар, В. Кисіль, М. Кобець, М. Крапивко, Б. Кружель, Є. Милованова, О. Рудницької, П. Барбері, Х. Кахілуото, Р. Штейнер, та ін.

Значна частина питань, пов'язаних з розвитком ринку органічної продукції, ще потребує подальшого дослідження.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження сутності та стану органічного виробництва в Україні та світі; проаналізувати сучасні тенденції та проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні; визначити економічні, екологічні та соціальні переваги органічного виробництва в аграрному секторі.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Ідея екологічно чистого виробництва сільськогосподарської продукції виникла у 60-х роках ХХ ст. у США і була спрямована на зменшення антропогенного забруднення природних ландшафтів і надмірного використання земельних ресурсів [1, с. 100-102].

На сьогоднішній день ще немає єдиного загальноприйнятого визначення поняття «екологічно чиста продукція». Узагальнене поняття було сформульовано в 70-х рр. ХХ ст. фахівцями з ведення землеробства і садівництва за органічною технологією (organic gardening and farming). На їх думку екологічно чиста продукція – це продукція, яка вирощена без пестицидів, штучно виготовлених мінеральних добрив, на ґрунті, вміст гумусу в якому поновлюється шляхом внесення органічних речовин, а вміст мінералів збільшується завдяки внесенню природних мінеральних добрив. Така продукція не має бути обробленою консервантами, гормонами, антибіотиками і т.п. [2].

В різних країнах існують деякі термінологічні відмінності при позначенні продукції екологічно чистого (еквіваленти – органічного, біологічного) виробництва. Так в країнах ЄС та США єдиним офіційно прийнятим позначенням є термін «органічна продукція» (organic food, або

organic products). В інших країнах Європи та СНД, крім зазначеного, також вживають терміни «екологічно чиста», «біоорганічна» та «екологічно безпечна» продукція. В країнах ЄС екологічно чистою (органічною) продукцією вважається тільки та, яку було вироблено, оброблено та реалізовано відповідно до органічних стандартів Постанови Комісії (ЄС) №889/ 2008 або стандартів Міжнародної федерації органічного сільського господарства (IFOAM) [6].

В Україні єдиним законодавчим документом, що регламентує правила та норми виробництва екологічно чистої продукції, є Закон України «Про органічне виробництво» [4].

Екологічно чистими вважаються продукти, виготовлені з дотриманням визначених екологічних стандартів на всіх технологічних та реалізаційних етапах. Для цього повністю відмовляються від ароматизаторів, барвників, консервантів та генетично модифікованих організмів. При цьому заборонено рафінування, мінералізація та інші операції, які зменшують поживні властивості продукту. До того ж матеріали для упакування екологічно чистого продукту виготовляються з натуральної сировини [5, с.89-87.].

Законом визначаються правові та економічні основи виробництва та обігу органічної сільськогосподарської продукції та сировини, заходи контролю та нагляду за такою діяльністю і спрямовані на забезпечення справедливої конкуренції та належного функціонування ринку органічної продукції та сировини, покращення основних показників стану здоров'я населення, збереження навколишнього природного середовища, раціонального використання ґрунтів, забезпечення раціонального використання та відтворення природних ресурсів, а також гарантування впевненості споживачів у продуктах та сировині, маркованих як органічні [6, с. 4].

Виробництво органічної сільськогосподарської продукції у світі за останні роки стрімко зростає. На даний час 37,2 млн. га земель у всьому світі використовуються для органічного виробництва. Австралія, Нова Зеландія та

Океанія є регіоном з найбільшою площею органічних земель сільськогосподарського призначення – 12,2 млн. га, за нею йдуть Європа – 10,6 млн. га, Латинська Америка – 6,8 млн. га, Азія – 3,7 млн. га, Північна Америка – 2,8 млн. га та Африка – більш, ніж 1 млн. га. Технології органічного землеробства стрімко поширюються в країнах Європейського Союзу. Так, за період із 1985 по 2012 рік кількість органічних господарств у країнах ЄС зростає з 6058 до більше ніж 240000, а площа земель органічного землеробства – зі 172 тис. га до 9,5 млн. га, що становить 5,4% земель сільськогосподарського призначення [6, с. 8].

Сьогодні лідером органічного споживання є Данія, де щорічно на придбання органічних продуктів витрачається в середньому 138,6 євро на особу. Для порівняння, італійці щорічно витрачають 25 євро на особу, німці – 70,7, швейцарці – 131,5, датчани – 51, шведи – 75,4, українці – 0,10 євро [7, с. 207-209].

На нинішній час основною тенденцією розвитку органічного ринку світу є стрімке зростання попиту на органічні продукти. Аналітиками визначено такі характерні риси світового ринку органічної продукції: концентрація попиту в розвинутих країнах; підвищення попиту в країнах, що розвиваються; консолідація учасників ринку й розвиток дистрибуції органічної продукції [8, с. 22]. Найрозвиненішими є ринки органічних продуктів країн Північної Америки і Західної Європи.

Сучасний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні почав розвиватись з початку 2000-х років, склавши: у 2007 році – 500 тис. євро, в 2008 році – 600 тис. євро, у 2009 – 1,2 млн. євро, у 2010 – 2,4 млн. євро, у 2011 р. цей показник зріс до 5,1 млн. євро, у 2012 році – до 7,9 млн. євро, а у 2013 р. – до 12,2 млн. євро [1, с. 3]. З такими показниками Україна займає 20 місце у світі. Світовою тенденцією сільськогосподарського виробництва є зростання обсягів виробництва органічної продукції. Проте і досі ринок продуктів органічного виробництва в Україні перебуває на стадії становлення.

Вітчизняний ринок органічної продукції розвивається під впливом міжнародних тенденцій. Постійне збільшення кількості сертифікованих господарств-виробників органічної продукції відбувається не без участі іноземних компаній [9, с. 31].

Згідно з даними статистичних організацій країн світу і зарубіжних компаній з виробництва органічної продукції, цей вид аграрного бізнесу є високоприбутковим, на що вказує попит у високорозвинених країнах, де споживачі згодні сплачувати додатково за органічне походження продуктів харчування та їх екологічну чистоту.

Сучасні тенденції розвитку ринку органічної продукції перебувають під впливом загальносвітових або глобальних тенденцій. Так, за даними О.В. Рудницької, в межах міжнародного органічного, або "зеленого" ринку відбулася певна сегментація та розмежування країн на виробників і споживачів органічних товарів [10].

Звичайно на ринку формується певний перелік продукції, що користується високим попитом. За даними організацій FIBL та IFOAM українські товаровиробники представлені як експортери сировинної продукції [11, с. 15-17]. Основною експортною товарною групою є зернові, які реалізують переважно на європейському ринку. Аналогічна ситуація простежується на внутрішньому ринку і відповідає доволі обмеженому асортименту продукції, що підтверджується структурою посівних площ в органічному виробництві. На наш погляд, диверсифікація виробництва надає додаткові резерви розвитку вітчизняного ринку за рахунок задоволення індивідуального, часом особливого попиту.

Україна є країною, яка має потужний потенціал для виробництва органічної сільськогосподарської продукції, її реалізації на експорт та для внутрішнього споживання. Однак, ми вважаємо, що ринок органічних продуктів харчування в Україні ще тільки починає формуватися. Цьому заважає цілий ряд проблем (таблиця 1).

Таблиця 1

Основні причини, що стримують розвиток ринку органічної продукції в  
Україні

Фактори	Характеристика проблеми
Законодавчий рівень	Недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази, яка б чітко окреслила державну політику та встановила правила у сфері органічного виробництва, створила умови для законодавчого визнання та захисту органічних продуктів.
Стандартизація	Відсутність національного органу сертифікації, чітких правил та стандартів для органічної продукції. Відсутнє виробництво продукції тваринництва згідно з органічними стандартами. Дуже мала частка сертифікованих органічних площ. Висока ціна проходження сертифікації в Україні.
Розвиток ринку	Здебільшого виробляється та експортується 1-2 види органічної сільськогосподарської продукції сировинного типу, переважно зернові та олійні культури; виробництво іншої рослинницької продукції залишається на підпорядкованому рівні.
Виробництво і переробка	До виробництва органічної продукції задіяні здебільшого крупні сільськогосподарські підприємства, в той час як перехід малих та середніх господарств на органічний метод господарювання є доволі обмеженим. Немає поєднання виробництва і переробки органічної продукції, ці напрями також знаходяться на початковій фазі розвитку, існують лише наміри вітчизняних та зарубіжних інвесторів започаткувати таке виробництво.
Маркетинг	Недостатній маркетинговий досвід реалізації органічної продукції, високий рівень цін на сертифіковану продукцію, недостатня обізнаність споживачів, обмеженість товарного асортименту.

Незважаючи на проблеми в Україні останніми роками відмічається тенденція до зростання інтенсивності наповнення внутрішнього ринку органічною продукцією власного виробництва. Частка продажів органічної продукції не перевищує 1-2 % від загального обсягу сільськогосподарської продукції. В країнах Європи питома вага органічної продукції становить 5% [7, с. 15].

Органічне виробництво має цілу низку економічних, екологічних та соціальних переваг.

Таблиця 2

Основні переваги органічного виробництва в Україні

Екологічні переваги	Економічні переваги	Соціальні переваги
<ul style="list-style-type: none"> <li>• зберігає довкілля в процесі виробництва;</li> <li>• сприяє збереженню та відновленню біорізноманіття в агроландшафтах;</li> <li>• сприяє збереженню та відтворенню родючості ґрунтів;</li> <li>• сприяє застосуванню зелених добрив та методів біологічної боротьби зі шкідниками;</li> <li>• оберігає від забруднення водні джерела і атмосферне повітря через обмеження застосування синтетичних агрохімікатів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• розвиток внутрішнього і зовнішнього ринку в Україні;</li> <li>• підвищення прибутковості виробництва органічної продукції та її конкурентоздатності;</li> <li>• розвиток сільських територій та підйом рівня життя населення</li> <li>• впровадження ресурсо- і енергозберігаючих технологій.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• створення додаткових робочих місць у сільській місцевості</li> <li>• нових перспектив для малих та середніх агропідприємств;</li> <li>• забезпечення споживчого ринку здоровою і якісною продукцією;</li> <li>• позитивний вплив на здоров'я населення.</li> </ul>

На початок 2015 року в нашій країні площа угідь під виробництвом органічної продукції становила 410,5 тис. га, сертифікованих виробників органічної продукції налічувалося 210, обсяг вітчизняного ринку органічної продукції становив 653,8 млн. грн.



Більшість українських органічних господарств розташовані в Одеській, Херсонській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Тернопільській, Хмельницькій областях.

За дослідженнями FiBL та IFOAM в Україні сертифіковано 16 видів органічних продуктів: крупи зернових і зернобобових культур, олійні, овочі, кавуни, дині, гарбузи, фрукти, ягоди, виноград, ефірні олійні культури, м'ясо, молоко, гриби, горіхи і мед. До сертифікованих продуктів переробки включено: зерна, пластівці, джеми, сиропи, соки, масла, борошно і консервовані овочі [12, с. 10].

Формування системи ціноутворення на органічну продукцію також залишається проблемою для вітчизняних споживачів. При формуванні ціни важливим залишається фактор співвідношення попиту і пропозиції на органічну продукцію. Ціни на органічні продукти в торговельних мережах України сьогодні занадто високі, що може бути пов'язане з відсутністю поінформованості конкурентного середовища та недосконалістю механізму ціноутворення. Якщо в Україні ціни на органічну продукцію перевищують ціни на звичайну на 40-50%, то в країнах з розвиненим ринком органічної продукції націнка становить 15-30 %.

Відсоток тих, хто готовий платити більшу ціну за екологічну продукцію, знижується. Пояснюється це цілим рядом зловживань у рекламних компаніях і недовірою споживачів до якості даної продукції. На сьогодні споживачі розуміють необхідність у споживанні екологічно чистої продукції, але не купують її в першу чергу через нестачу коштів (82%). Якщо екологічність товару є необхідною для задоволення первинних потреб (це стосується агропродукції), то платити за неї згодна більша кількість людей, які піклуються про своє здоров'я, якщо ж для задоволення вторинних потреб – менша кількість людей, які мають достатньо високий рівень доходів.

Обґрунтування ціни пропозиції на органічну продукцію є надзвичайно актуальним для її виробників. Особливо важливим для агровиробників є ставлення споживачів до екологічної продукції та їх готовністю до сплати

підвищеної ціни на неї. Фактична ціна продажу органічної продукції залежатиме від співвідношення попиту і пропозиції на неї, тобто від ринкової кон'юнктури.

На нашу думку, важливим фактором, що спонукатиме платити вищу ціну за органічну продукцію є мотивація споживача, тобто розуміння усіх її переваг для здоров'я людини та навколишнього середовища.

У межах вітчизняного законодавства важливість проблематики ціноутворення із урахуванням екологічної складової визначена у Державній стратегії розвитку аграрного сектору економіки України до 2020 р. Дана стратегія реалізовуватиметься шляхом розроблення, ухвалення та запровадження Державної програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року, яка за структурою відповідатиме стратегії, визначатиме шляхи та способи реалізації її завдань по кожному із пріоритетних напрямів, міститиме перелік заходів, обсягів і джерел фінансування, очікуваних результатів (індикаторів), строків та відповідальних виконавців зі сторони Уряду та партнерів зі сторони учасників ринку. Так, «сприяння ціноутворенню з урахуванням екологічності продукції» передбачено як один із важелів формування агроекологічного іміджу України [13].

Необхідно зауважити, що за даними Т.О. Чайки [14, с. 233] переважна більшість українських споживачів позитивно ставляться до органічної продукції та готові її купувати за наступних умов: забезпечення й підтвердження контролю якості з боку держави; доступність повного асортименту продукції у торговельній мережі; націнка на органічну продукцію у розмірі 10-20% відносно традиційної.

Основними каналами збуту для органічних продуктів в Україні є спеціалізовані відділи супермаркетів і невеликих магазинів. Зважаючи на зростання попиту, збільшується кількість місць, де можна придбати натуральну й органічну продукцію. Всього в Україні існує близько 150 таких магазинів. Купити органічні продукти в нашій країні можна в мережах

магазинів Органік Ера, Натур Бутік, Сільпо (FozzyGroup), Delight, Еко-Шик, Goodwine, Pareco, METRO, Чумацьких Шлях, МегаМаркет, Billa, Фуршет, GlossaryOrganicProduct та інші. Мережа, через яку поширюються органічні продукти, росте. Більшість точок продажу знаходяться у великих містах – Києві, Львові, Івано-Франківську, Донецьку, Кіровограді (в основному, це невеличкі спеціалізовані магазини). Частка сертифікованої органічної продукції в таких магазинах варіюється від 10% до максимум 50%. Широкого розповсюдження набули он-лайн мережі, в яких споживач може отримати інформацію про продукти та зробити замовлення.

**Висновки з проведеного дослідження.** З наведеного вище можна зробити наступні висновки.

Поступова екологізація ринку агропродовольчих товарів, і постійно зростаючий інтерес у світі до цього виду продукції, зумовлює для України можливість виступити активним учасником у конкурентній боротьбі на ньому, особливо при наявності потужного ресурсного потенціалу і відповідних умов. Важливо зазначити зацікавленість вітчизняних споживачів в органічних продуктах харчування, оскільки сьогодні якість традиційних продуктів стала значно гіршою, а вплив деяких продуктів на здоров'я людини є небезпечним. У зв'язку з цим більшість споживачів в Україні прагнуть до ведення здорового способу життя та споживання якісної продукції, оскільки харчування є невід'ємною складовою повноцінного життя та високого рівня працездатності. Саме ринок органічної продукції зможе гарантувати покупцеві кращу якість товарів.

Органічне виробництво має цілу низку економічних, екологічних та соціальних переваг. Екологічні переваги органічного виробництва дозволяють, не порушуючи екологічної рівноваги та не завдаючи шкоди навколишньому середовищу, вирішувати проблему забезпечення населення високоякісними продуктами харчування. Тому органічне виробництво поширюється в різних країнах світу, починаючи від промислово розвинених, населення яких усвідомлює цінність якісних продуктів харчування, до тих

країн, що розвиваються, надаючи їм можливість визначити свою, так звану, нішу серед виробників та здобути можливість надходження інновацій та додаткових фінансів для розвитку країни.

Для ефективного функціонування ринку органічної продукції в Україні повинна бути створена законодавча база з регулювання відносин на цьому ринку, удосконалена система стандартизації органічних товарів, вибрана адекватна система ціноутворення, підвищення екологічної свідомості і мотивації споживачів, підтримка інноваційних моделей органічного виробництва. Ці заходи дадуть можливість суттєво збільшити темпи розвитку вітчизняного органічного ринку, розширити асортимент органічної продукції та підвищити конкурентоспроможність продукції українських виробників на зовнішньому ринку.

#### **БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Михайленко О.Г. Розвиток органічного сільського господарства в системі євроінтеграційних процесів в Україні /О.Г. Михайленко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Випуск 6 (3). – С. 40-45.
2. Зайчук Т.О. Виробництво екологічно чистих продуктів харчування як стратегічний напрямок розвитку України // Економіка і регіон. – 2009. – № 1 (20). – С. 100-105.
3. Rodale R. Testimony. New York State public hearing in the matter of organic foods. New York City, Dec 1, 1972
4. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції» від 03.09.2013 р. № 425 – УІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/425-18>.
5. Шишка І.Б. Виробництво екологічно чистої продукції сільського господарства в Україні / І.Б. Шишка // Scientific researches and their practical application. Modern state and ways of development. – 2012. - №2-12. – С. 86-93.
6. Органік в Україні / Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>
7. Чухліб Ю.О. Стан розвитку органічного виробництва в Україні й Полтавській області та перспективи його дослідження / Ю.О. Чухліб // Вісн. Полтавської держ. аграр. академії. – 2012. – №2. – С. 207-211.
8. Григор'єва О.М. Біологізація землеробства в підзоні Північного Степу України /О.М. Григор'єва, М.І. Черячукін, М.І. Григор'єв, Л.П. Дзюба // Вісн. Полтавської держ. аграр. академії. – 2012. – №2-3. – С.21-24

9. Бойко Л. Передумови розвитку органічного виробництва в Україні / Л. Бойко // Землевпоряд. вісн. – 2001. – №2. – С. 31-35.
10. Рудницька О.В. Маркетингова діяльність сільськогосподарських підприємств на ринку органічної агропродовольчої продукції: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / О.В. Рудницька. – К., 2007. – 20 с.
11. Антоненко С.С. Формування ринку екологічно безпечної продукції при органічному землеробстві / С.С. Антоненко, В.В. Писаренко, Т.В. Лук'яненко та ін. // Економіка АПК. – 2010. – №4. – С. 15-19.
12. Мостенська Т.Л., Ралко О.С. Перспективи розвитку органічних продуктів України, 2013. – С. 1–14. [Електронний ресурс]. – Режим доступ : [article organic products ukr.pdf](#).
13. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки України 2020 року <http://minagro.gov.ua/node/7644>
14. Чайка Т.О. Передумови розвитку органічної продукції в Україні / Т.О. Чайка // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4. – Т.1. – С. 233-240.