

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

### STATUS AND PROSPECTS OF MARKETS FOR ORGANIC PRODUCE ON THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

УДК 635:338.439.5

**Лагута Я.М.**

старший викладач кафедри менеджменту організацій і адміністрування Житомирський державний технологічний університет  
**Михайленко Н.В.**  
магістр Житомирський державний технологічний університет

*У статті досліджено сучасний стан та перспективи розвитку ринку органічної продукції. Зазначено, які продукти сертифіковані на даний момент. Визначено основні проблеми, які заважають розвитку виробництва органічної продукції в Україні. Визначені питання, які чекають на вирішення для успішного функціонування ринку органічної продукції.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, якість продукції, органічна продукція, сертифікація, ринок.

*В статье исследовано современное состояние и перспективы развития рынка органической продукции. Указано, какие продукты сертифицированы на данный момент. Рассмотрены основные проблемы, которые*

*мешают развитию органической продукции в Украине. Определены вопросы, которые ждут решения для успешного функционирования рынка органической продукции.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность, качество продукции, органическая продукция, сертификация, рынок.

*This article explores the current state and prospects of development of the organic products. It is noted that products certified at the moment. The main problems that hinder the development of organic products in Ukraine and referred questions that await solution for the successful functioning market for organic agricultural products.*

**Key words:** social responsibility, quality of products, organic products, certification, market.

**Постановка проблеми.** Однією із важливих складових корпоративної соціальної відповідальності бізнесу підприємств, які займаються вирощуванням та переробкою сільськогосподарської продукції, виробництвом харчових продуктів, є виробництво якісної, безпечної, органічної продукції. «Місія полягає у сприянні підвищенню якості життя споживачів за рахунок виробництва здорової та безпечної органічної молочної продукції. На даному етапі розвитку компанія займає авангардні позиції у формуванні та розвитку цивілізованого ринку органічної продукції, популяризації культури споживання органічної молочної продукції», – зазначається на сайті компанії ТОВ «Органік Мілк» – першого в Україні заводу із виробництва органічної молочної продукції, який має повний завершений цикл [1].

В Україні на початку 1990-х років почало зароджуватися та розвиватися органічне виробництво. Так, як Україна має великий природний потенціал для розвитку сільського господарства та харчової галузі, актуальним є питання виробництва саме екологічно чистої (органічної) продукції. Але основною проблемою для споживачів залишається висока вартість такої продукції.

Україна входить до двадцятки найбільших світових виробників екологічно чистої сільськогосподарської продукції. Зараз у країні вже сертифіковані як органічні більше 300 тис. га сільгоспугідь. Однак, Україна на світовому сільськогосподарському екоринку не є однією з процвітаючих країн. Одна з основних причин – вкрай слабкий розвиток внутрішнього ринку органічних продуктів харчування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженнями ринку органічної продукції займалися та займаються такі науковці: Т.В. Боровик, Ж.В. Дерій, М.Ф. Кропивко, Т.Л. Мостенська, П.М. Скрипчук, Г.М. Тарасюк, Т.О. Чайка, В.А. Чудов-

ська, В.П. Щербань, В.О. Шлапак та інші. Зокрема, Т.О. Чайка обґрунтував необхідність розвитку аграрного сектора економіки на засадах соціо-економіко-екологічної системи через визначення впливу негативних сторін традиційного сільськогосподарського виробництва на економіку, екологію та населення країн. П.М. Скрипчуку належить дослідження екологічної стандартизації та сертифікації як інструменту забезпечення екологічної безпеки. Т.Л. Мостенська багато своїх досліджень присвячує розвитку органічного продовольчого ринку та соціально-відповідальному маркетингу. Ж.В. Дерій досліджує питання екологічної компоненти корпоративної соціальної відповідальності. Багато праць Г.М. Тарасюк має з проблем розвитку потенціалу підприємств харчової промисловості з виробництва екологічно чистої органічної продукції.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення стану та перспектив розвитку ринку органічної продукції в Україні, а також виділення проблемних аспектів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** До цілей Сталого розвитку на період до 2030 року, які опубліковані Організацією Об'єднаних Націй, входить ціль № 12 – відповідальне споживання та виробництво. Одним з важливих аспектів цілі є те, що до 2030 року більшість людей в усьому світі повинні бути проінформованими про сталий розвиток та способи життя в гармонії з природою. Компанії повинні пояснювати, де вони знаходяться в ланцюжку. Результатом буде збільшення попиту на прозорість: те, що в нашій їжі, звідки походить наш одяг, куди вкладаються наші гроші і який вид енергії ми використовуємо [2]. Це важливий елемент соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством.

Україна як аграрна країна має великий потенціал для розвитку органічного сільського господарства, оскільки має найбільші запаси високоякісних

родючих земель, тому розвиток агропромислового сектора для економіки країни є досить важливим і частка сільськогосподарської продукції в загальному ВВП досить висока. За останні кілька років зростає не тільки традиційний ринок сільськогосподарської продукції, а й ринок органічної сільськогосподарської та харчової продукції.

У 2014 році вступив в силу Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» [3]. Таким чином, на даний час в Україні існує система виробництва, сертифікації та контролю органічних продуктів, але однією із важливих причин, що гальмує розвиток цього ринку, є низька платоспроможність населення, оскільки органічні продукти набагато дорожчі за продукти, які виготовлені відповідно до стандартних технологій.

Ринок органічної сільськогосподарської продукції може бути надзвичайно привабливим для потенційних інвесторів. У цілому в економічно розвинених країнах Європейського союзу (Німеччина, Франція, Бельгія та інших) або в Швейцарії 15-20% споживачів готові платити більше за екологічно чисті продукти або продукти без ГМО. Але специфічним у вирощуванні органічних продуктів є те, що існує дуже висока частка ручної і механізованої праці у витратах, а продуктивність культивування деяких з цих продуктів значно нижче, ніж існуючі агропромислові технології. Це призводить до значного збільшення цін на органічні продукти.

У 2016 році внутрішній ринок органічної продукції в Україні зріс на 17,6%. Це свідчить про те, що ринок органічної продукції розвивається і все більше виробників сільськогосподарської продукції переходять на вирощування безпечних продуктів. Україна має понад 210 сертифікованих органічних малих і великих підприємств. Українські органічні продукти мають великий потенціал для експорту на ринки Європейського Союзу, особливо в Німеччині і країнах Азії [4]. На сьогоднішній день українські компанії готуються експортувати продукцію в Японію. Крім того, в минулому році чотири компанії поставили свою продукцію в Південну Корею. У поточному році, вперше виробники Полтави експортують органічні зерна в Новій Зеландії.

Багато українських споживачів позитивно ставляться до органічної продукції, оскільки останнім часом вони все більше уваги звертають на своє харчування та переходять до здорового харчування, яке включає в себе екологічно безпечні продукти. Споживачі готові купувати органічну продукцію за таких умов:

- забезпечення й підтвердження контролю якості з боку держави;
- широкий асортимент продукції, який є доступний у торговельних мережах;
- націнка на органічну продукцію у розмірі 10-20% відносно традиційної.

Україна, маючи сприятливі природно-кліматичні умови, може переходити на органічне землеробство. Наша країна має найбільшу територію в Європі, це більше 41 млн га сільгоспугідь, із них близько 8 млн га відносно чистих ґрунтів [5]. Дотримуючись європейських стандартів якості, за умови залучення інвестицій у сільське господарство, орієнтоване на органічне виробництво, маємо всі шанси опанувати та зайняти велику частку на європейському ринку екологічно чистої продукції.

Як зазначає Г. Тарасюк, у сучасних тенденціях глобалізації для України найбільш перспективними є західноєвропейські ринки, для яких важливі стандарти екологічно чистих продуктів харчування. Наша країна має величезний потенціал для організації органічного землеробства та виробництва органічних харчових продуктів [6, с. 154].

В Україні сертифіковані такі види органічних продуктів: бобові культури, олійні культури, зернові культури, овочі, кавуни, дині, гарбузи, фрукти, ягоди, виноград, ефіроолійні культури, молочні продукти, яйця, гриби, горіхи, мед, м'яса, продукція бджільництва, багаторічні трави, однорічні трави, лікарські рослини, бульбоплоди та коренеплоди, перероблена продукція, верхня рогата худоба, домашня птиця, вівці, кози, свині, соки [7].

У 2016 у світі обсяги ринку лише сертифікованої органічної продукції перевищують 100 млрд доларів. За даними Швейцарсько-українського проекту FIBL, Україна займає 11 місце серед країн Європи за виробництвом органічних сільськогосподарських продуктів і 5 місце – за нарощуванням органічного виробництва. За прогнозами Україна може стати одним із лідерів з виробництва органічної продукції [8].

Відповідно до світових стандартів та вимог система органічного господарства і загалом сільськогосподарська продукція повинні відповідати певним стандартам до виробничих процесів, які спрямовані на підтримку оптимального стану екосистеми на соціальному, екологічному та економічному рівнях (табл. 1).

У світі використовуються різні стандартизовані регулятори якості продуктів харчування, до яких відносяться і міжнародні стандарти серії ISO, зокрема, серія стандартів ISO 14000 та ISO 22000.

В Україні була створена компанія, яка займається сертифікацією та інспекцією органічного виробництва. Цією компанією є ТОВ «Органік стандарт». Дана компанія була створена в рамках україно-швейцарського проекту в 2007 році. Компанією було розроблено сайт, де всі охочі, а також ті, хто хочуть переходити до органічного виробництва, можуть переглянути інформацію про вимоги до органічного виробництва як в Україні, так і в країнах Європи. Також на сайті є онлайн-форма, заповнивши яку, можна замовити послуги із сертифікації чи інспекції виробництва.

Таблиця 1  
Світові вимоги до органічної системи  
сільського господарства  
і сільськогосподарської продукції

Дозволено використовувати	Заборонено до використання
Мінімальний обробіток ґрунту. Земля без заборонених речовин протягом трьох років	Використання синтетичних мінеральних добрив, пестицидів та хімічних засобів захисту рослин
Використання практики консервації, культивування земель, дотримання сівозмін	Забруднення стокових вод
Застосування добрив тільки органічного (рослинного та тваринного) походження. Використання несинтетичних сиромелених добрив та меліорантів	Використання генетично модифікованих організмів та продуктів (речовин), що від них походять
Використання тільки посівного матеріалу, вирощеного в екологічних господарствах	Заборона клонування й опромінення
Використання винятково екологічних кормів в тваринництві	Відмова в тваринництві від синтетичних добавок, стимуляторів росту, генних технологій
Вільний вигул і випас тварин у літню пору	Утримання худоби прив'язаною

Джерело: [9]

Як вже зазначалося, однією з основних проблем виробництва органічної продукції є її висока вартість. Причиною такого явища є нестача сировини і відсутність конкуренції. Висока ціна є одним із основних мотивів, чому споживачі не купують органічні продукти. Але після збільшення кількості виробників органічного виробництва та розширення асортименту органічної сировини ця ціна нормалізується і буде не вищою, ніж на 10-30% за аналогічну традиційну.

За результатами проведених досліджень, до проблем розвитку ринку органічної продукції можна віднести:

- недосконалість нормативної бази (не повністю відповідає законодавству ЄС у сфері органічного виробництва, створює торгові бар'єри для виробників-експортерів, споживач не захищений від фальсифікату «органіки»; екологічні стандарти носять тільки рекомендаційний характер);
- обмежений доступ на зовнішні ринки органічної продукції;
- відсутність маркетингового досвіду підприємств з виробництва і реалізації органічної продукції;
- слабкий розвиток внутрішньої інфраструктури тощо.

Окрім того, є цілий ряд питань, які необхідно вирішувати для того, щоб органічне виробництво почало стрімко розвиватися. До таких питань належать:

- адаптація міжнародного досвіду до українських умов та розробка стратегії та програм розвитку органічного ринку України;
- створення сприятливих умов для залучення інвестицій в органічне сільське господарство;
- підвищення обізнаності громадськості про органічну продукцію через інформаційні канали (державне телебачення, радіо, видавнича справа, сайти компаній тощо);
- розвиток соціально відповідального маркетингу на підприємствах;
- підтримка фермерів, які займаються органічним виробництвом (наприклад, субсидії, доступ до кредитів тощо);
- розвиток стейкхолдерського підходу корпоративної соціальної відповідальності в частині органічного виробництва;
- розвиток та захист добросовісної конкуренції серед українських виробників органічних продуктів, переробників і роздрібною торгівлі;
- розвиток місцевих міжнародно акредитованих і визнаних лабораторій;
- розробка органічних технологій виробництва продукції рослинництва, тваринництва, активне використання досягнень науково-технічного прогресу і нових біотехнологій, використання ресурсозберігаючих технологій для виробництва екологічно чистої продукції тощо.

І наостанок, варто підкреслити думку вчених Я. Остафійчук, Ю. Шпильової, які визначають важливий момент: «Хотілося би, щоб на перспективу Україна асоціювалася не з сировинним придатком європейських агровиробників, а з органічним кошиком, у якому переважають продукти переробки з високою часткою доданої вартості. В одному зі своїх інтерв'ю академік Елла Лібанова звертає увагу на великий потенціал сільської місцевості щодо розвитку зеленого туризму, який може стати українською «фішкою», українською принадою. Невеликі органічні ферми, котрі спеціалізуються, скажімо, на вирощуванні ягід чи виробництві сирів, у США та європейських країнах є центрами зеленого туризму, куди спеціально приїздить міське населення поласувати їжею і змістовно провести вікенд. Такі ферми, безумовно, повинні стимулюватися державою» [10].

**Висновки з проведеного дослідження.** Запровадження запропонованих заходів дозволить налагодити виробництво екологічно чистої, органічної продукції. Україна має для цього необхідний потенціал, оскільки має для цього родючі та чисті землі, великий потенціал розвитку підприємств харчової галузі, сприятливі природно-кліматичні умови. Тому потрібно удосконалити нормативно-правову базу, яка б підтримувала вітчизняних виробників органічної продукції, впроваджувати ефективну маркетингову політику, стимулювати розвиток органічного ринку за підтримки

держави та організувати органічне виробництво відповідно до всіх міжнародних вимог і стандартів. Це питання є дуже актуальним у сучасній глобальній економіці і потребує подальших більш глибоких досліджень.

### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Історія підприємства. <http://organic-milk.com.ua/pro-kompaniyu/> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://udf.gov.ua/uk/node/135>
2. В Україні зростає ринок органічних продуктів / <http://udf.gov.ua/>: Український державний фонд підтримки фермерських господарств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://udf.gov.ua/uk/node/135>
3. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/425-18>
4. Органік в Україні / [www.organic.com.ua](http://www.organic.com.ua): Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organic.com.ua>
5. Павленко А. Україна має всі шанси стати органічним кошиком світу / А. Павленко // [www.ukragroconsult.com](http://www.ukragroconsult.com) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukragroconsult.com/news/ukrayina-maie-usi-shansi-stati-organichnim-koshikom-svitu-pavlenko>
6. Тарасюк Г.Н. Потенціал підприємств харчової промисловості по виробництву екологічно чистої продукції / Г.Н. Тарасюк // Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография / ред. М. Шмидт, Б. Хансманн, Д.А. Палехов, Г.Г. Пивняк, Ю.С. Шемшученко, А.Ф. Павленко, А.Г. Шапарь, В.Я. Швець, Л.Л. Палехова. – Днепропетровск – Коттбус: НГУ-БТУ, 2015. – 430 с. – С. 153-162.
7. Коротко про органік / [ukraine.fibl.org](http://ukraine.fibl.org): Проект розвитку органічного ринку в Україні (2012-2016). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [ukraine.fibl.org/fileadmin/documents-ukraine/Коротко\\_про\\_органік.doc](http://ukraine.fibl.org/fileadmin/documents-ukraine/Коротко_про_органік.doc)
8. Філософія «органік» / <http://www.agrotimes.net/> Деловой аграрный интернет-ресурс. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agrotimes.net/journals/article/filosofiya-organik>
9. Ефективна економіка: Концептуальні засади формування органічного сектору АПК. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?or=1&z=4982&p=1>
10. Остафійчук Я., Шпильова Ю. Органічне виробництво: модний тренд сьогодення чи стратегічні перспективи вітчизняного агросектора? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-ekonomist.com/11997-organichne-virobnictvo-modniy-trend-sogodennya-chi-strategchn-perspektivi-vtchiznyanogo-agrosektora.html>