

7. **Писаренко В.В.** Перспективи розвитку галузі овочівництва. *Економіка АПК*. 2010. № 7. С. 39-42.

8. **Сухий П.А., Заячук М.Д.** Сучасний стан і перспективи розвитку овочівництва в Україні. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Географічні науки*. 2012. Т. 25 (64), № 3. С. 38-48.

9. http://www.agrosvit.info/pdf/9_2009/9.pdf



УДК 635:338.439.5(477)

ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

PROBLEMS OF ORGANIC PRODUCTION IN UKRAINE

НОСКОВА К.Є., студентка*

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

В статті досліджено особливості функціонування ринку органічної продукції в Україні та проблеми, які виникають на шляху його розвитку. До таких проблем ми відносимо: складні умови і великі терміни проходження сертифікації продукції і підприємств; складність виходу вітчизняної продукції на ринки країн Європейського Союзу; наявність псевдоорганічних виробників; висока вартість органічних продуктів та інші.

Ключові слова: органічна продукція, органіка, ековиробництво.

The article deals with the peculiarities of the functioning of the organic produce market in Ukraine and the problems that arise in the way of its development. Such problems include: difficult conditions and long terms of certification of products and enterprises; the difficulty of domestic products entering the markets of the European Union; presence of pseudo-organic manufacturers; high cost organic products and others.

Key words: organic production, organics, ecological production.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Глобальною проблемою всього світу є забезпечення мінімально шкідливого впливу на екологію у процесі виробництва, в тому числі і продукції сільського господарства. Використання хімічних добрив, антибіотиків та інших речовин негативно впливає на навколишнє середовище. Виходячи з цього, необхідним шляхом для зменшення такого агресивного впливу на довкілля є екологічно чисте виробництво. Сьогодні в Україні виробництво органічної продукції має ряд проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем, які супроводжують розвиток українського ринку органічної продукції займається ряд вчених, таких як Гаваза Є.В., Довгань О.М., Мандибура Я.В., Каблучка А., Найда І.С., Запша Г.М., Квятко Т.М. та ряд інших. Не зважаючи на те, що дана тема висвітлена у ряді наукових праць, слід зауважити, що коло питань залишається не повністю розкритим і потребує подальшої доробки.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження основних проблем виробництва та реалізації органічної продукції в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині розвиток органічного аграрного виробництва на державному рівні в нашій країні регулюється Конституцією України, Земельним кодексом України, Законами України «Про охорону навколишнього природного середовища». Особливого значення набув Закон України «Про виробництво та обіг органічної

* Науковий керівник – Бабко Н.М., к.е.н., доцент

сільськогосподарської продукції та сировини», згідно якого, органічна продукція ідентифікується як продукція, отримана в результаті сертифікованого виробництва, а виробництво органічної продукції (сировини) визначається як виробнича діяльність фізичних або юридичних осіб (у тому числі з вирощування та переробки), де під час такого виробництва виключається застосування хімічних добрив, пестицидів, генетично модифікованих організмів, консервантів тощо, та на всіх етапах виробництва (вирощування, переробки) застосовуються методи, принципи та правила, визначені Законом для отримання натуральної (екологічно чистої) продукції, а також збереження та відновлення природних ресурсів. [7].

З кожним роком тренд «органік» набуває все більшої популярності: невеликі й середні виробники в Україні активніше беруться за вирощування такої продукції, а торгові мережі виділяють цілі полиці і відкривають «органічні» відділи. Найбільше операторів органічних продуктів нараховується у Київській, Херсонській, Вінницькій, Одеській, Житомирській областях [6].

Зараз в Україні працює майже 400 виробників органічної сільськогосподарської продукції, ми займаємо двадцяте місце в світі і одинадцяте в Європі за площею сільськогосподарських угідь під органічним виробництвом. Наша органічна продукція експортується в більш ніж 40 країн світу: Нідерланди, Німеччина, Великобританія, Італія, Австрія, Польща, Швейцарія, Бельгія, Чехія, Болгарія, Угорщина. Українські органічні продукти надзвичайно популярні в Америці і країнах Азії (близько € 4 млн із загального експорту) [5, 2].

Основні види продукції, яка виробляється та споживається в Україні – зернові культури, м'ясо, молочні продукти, а також крупи. Хоча всі продукти харчування можуть бути органічними, такі як гриби, олії, фрукти, баштани. Для того, щоб отримати маркування, яке засвідчує, що дана продукція є органічною, треба пройти сертифікацію.

Отримати сертифікат відповідності досить важко. Для цього заявник повинен зібрати необхідні документи, зразки продукції і звернутися у відповідний уповноважений орган з сертифікації. У зв'язку з цим виникає так званий «перехідний період», протягом якого комісія перевіряє землю, воду, насіння, технології, документообіг, персонал. Як правило він триває від одного року до трьох. Якщо протягом цього часу фермер дотримувався стандартів, він подає заяву на сертифікацію, і у наступний сезон отримує «Євролисток» або, як це буде тепер, «Organic made in Ukraine» [3, 4].

Псевдоорганічних виробників відслідковують представники відповідних комісій. Якщо два роки тому псевдоорганічних виробників було майже 20%, то на сьогоднішній день їх дуже мало, тому що минулого року вступив в силу закон про органічне виробництво в Україні, і тепер це карається на державному рівні.

Найбільш відомими українськими виробниками органіки є: «Світ Біо» («Либідь-К»), «Золотий Пармен», «Mofar», «Органік мілк» («Галекс-агро»), «Сквирянка», «Liluck», «Етнопродукт», «Organico» («Каспер»), «LiQberry», «Екород» («Органік Оригінал»). Наразі, за оцінками Мінагрополітики, частка органічних продуктів на ринку не перевищує 10% [1].

Майже 95% виготовленої продукції України експортується переважно в країни Європейського союзу: Нідерланди, Велика Британія, Австрія, Італія, Польща, Швейцарія, Чехія, Болгарія, США, Канада, Угорщина. В основному експортують зернові, олійні, бобові, ягоди, фрукти та дикороси, макуху соняшника, борошно, олію соняшника, шрот соняшника, горіхи, березовий сік.

Здавалось би, органічний продукт має коштувати дешевше. Це може бути так, якщо виробництво буде правильно побудоване. Але загалом по всьому світу органічні продукти дорожчі. Органічна сертифікація коштує від 7000 гривень за гектар. Гроші, виділені обласним бюджетом на сільське господарство зазвичай йдуть не в ті руки. Тому фактично держава не підтримує органічного виробника і йому доводиться піднімати ціни [5].

Взагалі вартість продукції залежить від багатьох параметрів: площа угідь, галузі АПК, стану господарства, кількості працівників. Також слід враховувати, той факт, що хімічного добрива на вирощування потрібно менше, а ефективність у нього більша. Виробники працюють тільки з натуральними добривами, органічним цукром, тому ціна дуже зростає.

Хоча наукові дослідження в 2010 році не виявили жодних свідчень того, що вживання органічних продуктів може мати позитивний вплив на здоров'я, як і певних переваг у поживній цінності органічної продукції порівняно із продуктами традиційного виробництва, однак нещодавні більш масштабні дослідження наголошують, що органічні продукти у порівнянні з продуктами інтенсивного сільського господарства містять більше антиоксидантів, які сприяють профілактиці хронічних захворювань, а також мають менші концентрації важких металів та пестицидів.

В Європейських країнах державні організації, такі як дитячі садки та школи закупають органічні продукти. В ЄС підтримують виробників органічного виробництва, а особливо тих, хто знаходиться на перехідній стадії. Самі держави заохочують перехід виробників на органічні технології. Наприклад, в Польщі в першу чергу, більшість їхніх сил йде саме на роботу зі школярами, а не дорослим населенням. Така стратегія обігрується тим, що діти більш вимогливо ставляться до етики споживання та збереження навколишнього середовища. Взагалі світ дуже динамічний, потрібно орієнтуватися на молоде покоління, оскільки велика частина з них приїжджає з-за кордону, де вони вже встигли призвичаїтися до дієтичних та органічних продуктів. Відповідно, ці люди шукатимуть вже звичні їм товари на полицях українських супермаркетів.

Висновки. Отже, слід зазначити, що для того щоб продукт був придбаний кінцевим споживачем повинні взаємодіяти три елементи: держава – виробник – споживач. Так, просування органічної продукції стане ефективним, якщо ключові повідомлення будуть зрозумілими і цінуватимуться великою кількістю осіб, які належать до цільових груп споживачів. Тільки зі злагоджено побудованою ідеєю українські виробники органічної продукції зможуть досягти ефективного просування своєї продукції та збільшення її споживання.

Література.

1. **Батюк А.А., Квятко Т.М., Бабко Н.М.** Суспільні ринкові трансформації: глобальний контекст. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. Харків : ХНТУСГ, 2018. Вип. 193. С. 110-120.
2. **Гаваза Є.В.** Особливості адаптації зарубіжного досвіду регулювання ринку органічної продукції до умов України. *Вісник Сумського НАУ. Серія «Фінанси і кредит»*. 2012. № 2. С. 250-254.
3. **Довгань О.М., Мандибура Я.В.** Органічне виробництво: сутність, об'єктивна необхідність, ефективність. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 1. С. 200-206.
4. **Каблучка А.** Виробництво органічної продукції рослинного та тваринного походження. Маркетинг органічної продукції. URL : <http://aec.org.ua/pdf/conf1/kablychkaaa.pdf>.
5. **Найда І.С., Запша Г.М.** Органічне землеробство як пріоритетний напрям соціоекономічного розвитку сільського господарства України. *Бізнес Інформ*. 2015. № 1. С. 200-204.
6. **Квятко Т.М.** Агрорекетинг як складова підвищення ефективності діяльності вітчизняних сільгоспідприємств. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки»*. – Львів : ФОП Корпан Б.І., 2014. Т. 16. № 1 (58). Ч. 1. С. 213-218.
7. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: Закон України від 03.09.2013 № 425-VII (зі змінами) // База даних «Законодавство України»/Верховна Рада України. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/425-18>.

