

**ВЕСТНИК  
РЯЗАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
АГРОТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА  
имени П. А. КОСТЫЧЕВА**

Научно-производственный журнал

Издается с 2009 года

*Выходит один раз в квартал*

№4 (12), 2011

Учредитель – ФГБОУ ВПО «Рязанский государственный  
агротехнологический университет имени П. А. Костычева»

Главный редактор –

**Н. В. Бышов**, д-р техн. наук, профессор  
Зам. главного редактора – **Л. А. Пронина**

Редакционная коллегия:

**В. А. Захаров**, д-р с.-х. наук, профессор  
**В. В. Калашников**, акад. РАСХН, д-р с.-х. наук, профессор  
**Л. Г. Каширина**, д-р биол. наук, профессор  
**Н.И.Кривцов**, акад. РАСХН, д-р с.-х. наук, профессор  
**Н. А. Кузьмин**, д-р с.-х. наук, профессор  
**В. И. Левин**, д-р с.-х. наук, профессор  
**В. А. Макаров**, д-р техн. наук, профессор  
**Н. И. Морозова**, д-р с.-х. наук, профессор  
**В. М. Пашенко**, д-р биол. наук, профессор  
**С. Я. Полянский**, д-р эконом. наук, профессор  
**В. В. Романов**, канд. пед. наук, доцент  
**Г. М. Туников**, д-р с.-х. наук, профессор  
**И. А. Успенский**, д-р техн. наук, профессор  
**И. Г. Шашкова**, д-р эконом.наук, профессор  
**Н. И. Шестаков**, Министр сельского хозяйства  
и продовольствия Рязанской области, канд. с.-х. наук  
**С. И. Шкапенков**, д-р эконом. наук, профессор

Компьютерная верстка и дизайн – **М. Г. Шабурова**

Корректор – **Е. Л. Малинина**

Перевод – **В. В. Романов**

---

Адрес редакции: 390044, г. Рязань, ул. Костычева, д. 1. тел. (4912)34-30-27, e-mail: vestnik@rgatu.ru  
Тираж 1100. Заказ № 668 Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-34431 от 26 ноября 2008 г.  
Отпечатано в Издательстве ФГБОУ ВПО РГАТУ

УДК 338.439.5:504.3

*Т. А. Чайка, специалист I категории Научного института инновационных технологий и содержания аграрного образования Николаевского государственного аграрного университета, соискатель.*

## СОСТОЯНИЕ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ УКРАИНЫ И ЕГО ПОТЕНЦИАЛ



### Введение

Сельское хозяйство второй половины XX века удовлетворило потребности населения в продовольственной продукции, поэтому с глобальной точки зрения его можно считать успешным. Урожаи основных культур возросли и одновременно снизились цены на продукты соответственно покупательной способности населения. С другой стороны, наряду с этими очевидными успехами произошло ухудшение состояния природных ресурсов, от которых зависит сельское хозяйство (почва, вода, биологическое разнообразие). Одновременно растет зависимость всей системы производства продуктов питания от невозобновляемых ресурсов. Традиционное сельское хозяйство развивается в целях получения максимальной продуктивности и прибыли. Требуемую интенсивность в глобальном масштабе обеспечивают шесть главных принципов, на которых базируется современное сельское хозяйство: интенсивная обработка почвы, монокультура, орошение, применение минеральных удобрений, химическая защита растений, а в последнее время - генная инженерия. В итоге сформировалась взаимозависимая система, в которой каждое из вышеперечисленных направлений зависит от другого и увеличивает необходимость применения остальных. В результате в последние 4-5 лет обострилась проблема продовольственного обеспечения растущего населения и состояния земель сельскохозяйственного назначения. Так, на всей территории Украины распространены процессы деградации земель, среди которых наиболее масштабными являются эрозия (57,5% территории), загрязнения (20%), подтопления (12%). Уменьшается содержание питательных веществ в почве, а ежегодные потери гумуса составляют 0,65 т на 1 га [1]. Это свидетельствует о неустойчивости интенсивного земледелия и необходимости перехода к такой системе ведения сельского хозяйства, которая обеспечит долгосрочное устойчивое развитие с экологической основой.

ФАО (Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН) в 1993 г. определила устойчивое земледелие как систему, которая обе-

спечивает защиту и сохранение почвы, воды, растительных и животных генных ресурсов, не ухудшает окружающую среду, легко управляемую, экономически самодостаточную и социально приемлемую. Эта система должна оптимально сочетать соответствие экологическим требованиям и прибыльность, обеспечивать компромисс между долгосрочным получением достаточных доходов и кратковременной максимальной прибылью, разумное соотношение между специализацией и многопрофильностью, между оптимальной структурой сельскохозяйственного производства и либерализацией мирового аграрного рынка. На основании этого можно констатировать, что устойчивое земледелие должно:

- оказывать минимальное негативное воздействие на окружающую среду;
- сохранять и воспроизводить плодородие почвы и ее качество, защищать почву от эрозии;
- использовать водные ресурсы таким образом, чтобы ресурсы качественной воды обновлялись и удовлетворяли потребности в ней;
- опираться главным образом на внутренние ресурсы агроэкосистемы и соседствующие сообщества, использовать кругооборот ее элементов, ограничивая попадание в нее чужеродных веществ, а также применять экологические знания;
- охранять биологическое разнообразие в природной среде и агроценозах (совокупность организмов, обитающих на землях сельскохозяйственного использования, занятых посевами или посадками культурных растений) [2].

На долгосрочную устойчивость сельскохозяйственного производства ориентированы такие земледельческие системы, как интегрированные, альтернативные и т.д. Однако наиболее последовательно эти цели отстаивает органическое земледелие.

В связи с этим, вопросам развития органического сельского хозяйства уделяется много внимания как учеными, так и практиками. Среди наиболее активных участников можно выделить: в Украине – В. Артыш, В. Кисель, Е. Милованов, М. Шикла, П. Писаренко и другие; в России – В. Безносикова, С. Бобылева, А. Голубева, И. Егорова,

В. Иванова, А. Извекова, М. Колегов, В. Краснощекова, С. Михалева, В. Мокиева, И. Хмелинина, Н. Чепурных и другие; за рубежом - Б.Гейер (B.Geier), К.В. дер Линде (Claas Van der Linde), Т. Мардсен (T.Mardsen), Н. Пэррот (N.Parrot), Э.Н. Рид, Х.Уиллер (H.Willer), В.Дж.Хадсон, Дж. Хачем, Е.Эллис (E.C.Ellis), М. Юсифай(М.Yussefi).

Однако исследованиям внутреннего рынка сбыта органической продукции было уделено мало внимания. Поэтому необходимость в выявлении основных условий, факторов производства и сбыта такой продукции на региональном уровне определяет актуальность темы исследования.

Объектом исследования выступает рынок органической сельскохозяйственной продукции в Украине.

При написании статьи использовались следующие методы сбора и обработки данных: сравнение, анализ и синтез, индукция и дедукция, логический метод, анкетирование и интервьюирование.

### Экспериментальная часть

Сегодня рынок органической сельскохозяйственной продукции активно развивается во всем мире. Так, последние исследования мирового рынка органических продуктов, которые проводились IFOAM, FiBL, The Datamonitor Group, показали, что он вырос на 9,7% и достиг 60 млрд долл. США (на Южную и Северную Америки приходится 48,7% стоимости всего мирового рынка органических продуктов). По прогнозам, к 2014 г. стоимость мирового рынка составит 96,5 млрд долл. США. Рост составит 60,7% от показателей 2009 г. В Европе наибольший спрос на органическую продукцию наблюдается в Германии и Франции. В целом объем европейского рынка составляет 26 млрд долл. США [3].

В Украине производство органической продукции началось еще в конце 90-х, когда крупные международные трейдерские организации сначала находили обнищавшие хозяйства, потом иностранными сертификационными органами проводилась органическая сертификация, после чего продукция отправлялась на экспорт [4]. Низкое качество органических зерновых на то время полностью устраивало заказчика, поскольку в Европе продолжался бум на животноводство, а корма с Украины были значительно дешевле. В случае с иностранными трейдерами владельцами сертификатов были именно они. Никто из них до сих пор не раскрывает информацию о количестве сертифицированных угодий. Поэтому нет достоверных данных о доле органического производства в Украине или количестве занятых под органическим сельским хозяйством земель. Можно встретить информацию о более 280 тыс. га земли, сертифицированных под органическое сельское хозяйство. Однако, учитывая вышеупомянутые исторические особенности развития рынка, эта цифра весьма условна.

Необходимо заметить, что главным фактором развития рынка органической продукции в любой стране мира является спрос потребителей, особенно внутри страны. Поэтому с января 2011 г. в г. Николаеве (Украина) стартовал опрос «Ваше отношение к органической продукции», который начинался с анкетирования жителей города и области. Использование глобальной сети Интернет позволило поднять уровень опроса с местного до национального – анкета была размещена на сайте Николаевского государственного аграрного университета, где любой желающий имел возможность ответить он-лайн на поставленные вопросы, высказать свое мнение и сделать свой вклад в развитие рынка органической продукции. В опросе приняли участие 751 человек в возрасте от 14 до 75 лет.

Анализ предварительных результатов показал, что наибольшее участие в опросе принимали граждане до 25 лет (рис. 1), что объясняется большей коммуникабельностью молодежи, доступом к Интернет и анкетированием студентов [5]. В ходе опроса именно этим категориям было уделено больше внимания, поскольку через 10-15 лет они, как будущее поколение, будут определять направление развития экономики и общества. Поэтому формирование правильного мышления среди молодежи является первоочередной задачей в их воспитании.

Разработанная на базе Научного института инновационных технологий и содержания аграрного образования Николаевского государственного аграрного университета анкета имеет определенную информационную нагрузку, заставляет респондентов задуматься над важными вопросами о взаимосвязи между здоровьем и продуктами питания. Для этого анкета условно разделена на 5 блоков: общий (5 вопросов), организационный (5 вопросов), ценовой (2 вопроса), перспективы (3 вопроса), о себе (3 вопроса в 1).

По данным анализа общего блока анкеты (рис. 2) 96,1% опрошенных обращают внимание на происхождение продуктов питания, а 94,6% - связывают с ними собственное здоровье; 81,4% из опрошенных волнуются за свое здоровье и здоровье близких и не принимают или ограничивают употребление некачественных продуктов питания. Негативное отношение к генетически модифицированным продуктам или тем, которые содержат ГМО, подтвердили более 83,4% опрошенных. Одновременно положительное отношение к органическим продуктам отметили 88%.

Организационные вопросы анкеты определяют требования покупателей к производителям и виду продукции. Так, 52% опрошенных не доверяют производителям, которые утверждают, что их продукция является органической согласно международным стандартам. При выборе органической продукции доверие потребителей разделилось между:

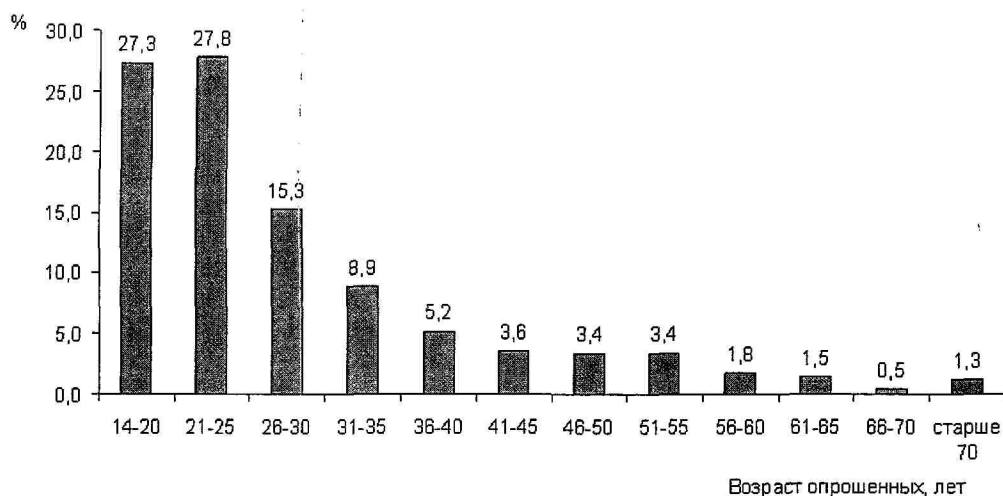


Рис. 1 – Возрастная структура опрошенных, %

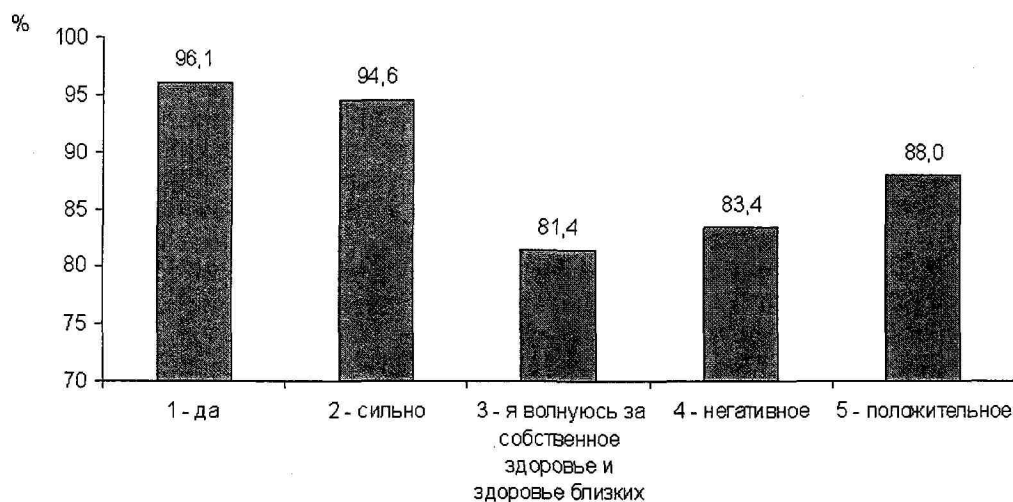


Рис. 2 – Часть наибольших ответов на общие вопросы анкеты:

1. Имеет ли для Вас значение происхождение продуктов питания?
2. Как, по Вашему мнению, влияет качество продуктов питания на здоровье человека?
3. Как психологически влияет на Вас потребления некачественных продуктов питания?
4. Ваше отношение к генетически модифицированным продуктам?
5. Ваше отношение к органической продукции?

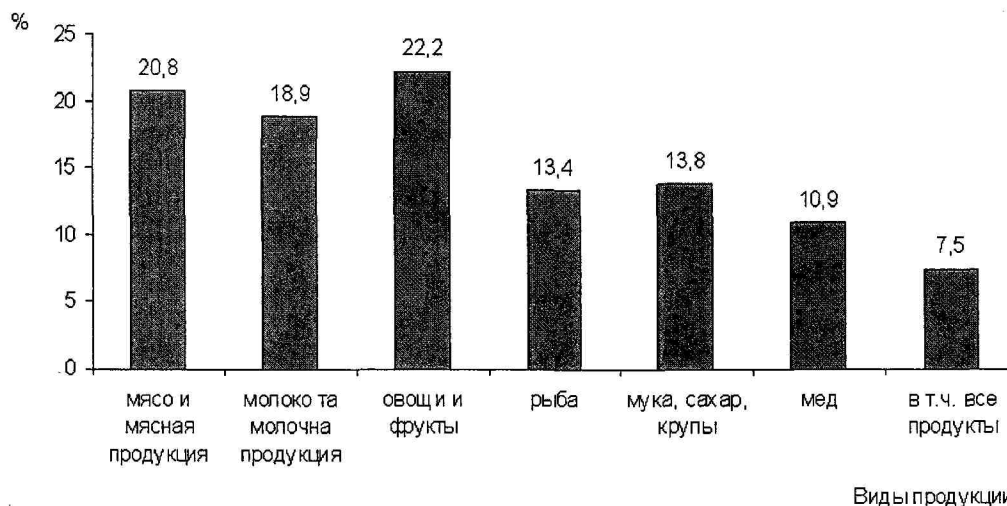


Рис. 3 – Предпочтения потребителей по видам органической сельскохозяйственной продукции

1) государственными учреждениями, осуществляющими соответствующий контроль – 32,1%;

2) объединениями производителей и потребителей – 25,7%;

3) международными организациями – 27,9%.

При этом никому не доверяют 3,3% из опрошенных, а производителям доверяют всего 8,5%.

По ответам на вопрос «Встречали ли Вы в торговой сети органическую продукцию?» можно отметить низкое состояние информированности потребителей относительно органической продукции, поскольку:

- видели ее в торговой сети 44,4%;
- не видели – 20,8%;
- не обращали внимания – 34,5%.

При этом опрашиваемые (рис. 3) наибольшее предпочтение отдают: овощам и фруктам, мясу и мясной продукции, молоку и молочной продукции (соответственно 22,2%, 20,8% и 18,9%). Эти продукты являются основными в потребительской корзине. При недостаточном предложении этих продуктов производителями органической продукции потребители восполняют их недостаток на продуктовых рынках или на собственном земельном участке. И только 7,5% из опрошенных отметили, что актуальными для них являются все из представленных видов органической продукции.

Отдельно необходимо рассмотреть предпочтение потребителей относительно места покупок органических продуктов:

а) на рынке хотят покупать 9,8% опрошенных;

б) в специализированном магазине – 26,9%;

в) в супермаркете – 20%;

г) для 42,7% опрошенных место не имеет значения, главное, чтобы продукция была органической.

То есть, главным критерием выбора органической продукции является качество и цена, поскольку 45,4% готовы тратить на нее столько, сколько потребуется для полноценного питания. Однако, 47,3% считают, что ее стоимость должна быть такой же, как у традиционной (рис. 4). Это подтверждает факт недостаточной информированности об органическом производстве и его особенностях (низкое плодородие почв не позволяет сельскохозяйственным производителям увеличивать свои урожаи сразу после перехода от традиционной системы, а переходный период может длиться 2-3 года).

Следующий блок анкеты позволяет каждому участнику опроса высказать свое мнение относительно развития органической продукции (даже при условии безразличного отношения к ней):

1) для производителей:

а) предоставление льгот (налоговых, по кредитам, лизинг и т.п.) – 37,7%;

б) стимулирование использования новейших энерго- и ресурсосберегающих технологий – 26%;

в) принятие государственных программ развития, соответствующих законодательных актов – 35,3%;

2) для потребителей:

а) доступные цены – 48,9%;

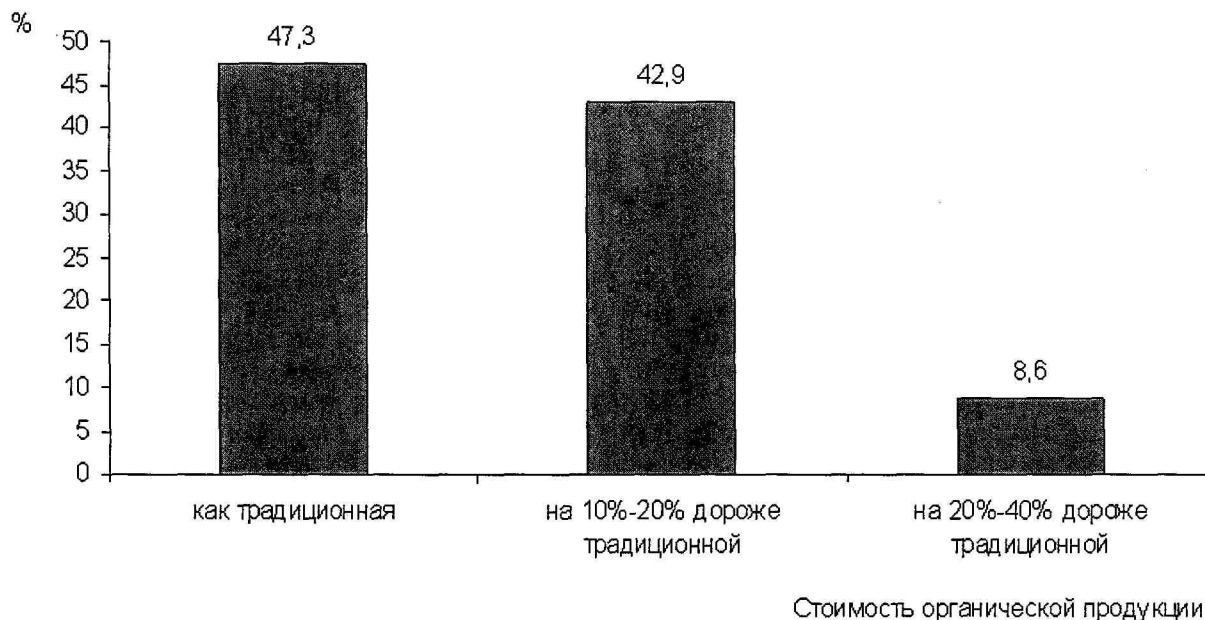


Рис. 4 – Мнение опрошенных относительно стоимости органической продукции, %

- б) реклама в СМИ – 16,8%;
- в) доступность в торговой сети – 34,1%;
- 3) важность дальнейших научных исследований объясняется:
  - а) аграрным направлением страны – 36,1%;
  - б) неудовлетворительным качеством продуктов питания – 37,9%;
  - в) заботой о будущих поколениях – 23,9%.

1,7% опрошенных считает дальнейшие исследования в области органического производства нецелесообразными, поскольку сегодня потребитель достаточно обеспечен продуктами питания.

Сегодня повышенный интерес к органической продукции вызывает целесообразность исследований потенциала рынка этой продукции и отношения потребителей к ним. Так, в ходе опроса «Исследование трендов: Готовы украинцы покупать экологически чистые товары?», проведенного компанией Appleton Mayer с 16 августа по 6 сентября 2010 г., было опрошено 2450 человек в семи городах Украины - Киеве, Харькове, Днепропетровске, Донецке, Запорожье, Одессе и Львове [6]. На вопрос «Готовы ли вы покупать экологически чистые товары, учитывая, что их стоимость будет выше стоимости стандартных товаров?», 60% респондентов ответили положительно и только 16% заявили, что их не интересуют такие товары. Наиболее эластичными оказались ценовые коридоры «10%-25%» и «25%-40%». На вопрос «Какие экологически чистые товары для вас будут наиболее актуальными?» 39% респондентов выбрали мясо и мясную продукцию, 36% - молоко и молочную продукцию, 29% - овощи и фрукты (включая продукты их переработки), а 16% - хлебобулочные и макаронные изделия.

В исследовании среди студентов аграрных вузов Западного региона Украины в возрасте 18-25 лет на тему «Готовы ли Вы платить за экологически чистую продукцию больше, чем за обычную, и получать качественный товар?» большинство респондентов проявили такую готовность. А 81% опрошенных согласились, что население недостаточно проинформировано относительно преимуществ употребления такой продукции [7].

Необходимо также заметить, что с каждым месяцем ассортимент сертифицированных органических продуктов увеличивается. Сейчас уже есть предложение отечественных масла, круп, повидла, сиропов, соков, сухофруктов, замороженных ягод, свинины (мясо копченое, колбасы, смалец, сало), тушенки и т.п. Однако, мяса птицы и яиц пока нет. Больше всего украинские фермеры производят зерна. Причем 70% всех украинских органических продуктов идет на экспорт. Экспортируют преимущественно в страны ЕС и в Северную Америку. Остальную продукцию реализуют на внутреннем рынке как обычную (несмотря на то, что она сертифицирована согласно международным стандартам); потому что не хватает перерабатывающих мощностей. Часть же продается как сер-

тифицированная органическая [8].

Таким образом, исследования показали, что динамика развития рынка «зеленых» товаров в Украине будет напрямую зависеть от активности украинских производителей и торговых компаний. Наполненный некачественными товарами внутренний рынок Украины будет только стимулировать потребителей активно переключаться на органическую продукцию. В этой ситуации перед производителями стоит задача – вовремя сформировать предложение таких товаров.

Однако, компаниям, которые решили всерьез заняться производством и (или) продвижением органических товаров на территории Украины, необходимо экспериментировать. К тому же весь цикл – от выбора сырья и производства до продажи конечного продукта – должен основываться на анализе всех составляющих как внутренней, так и внешней бизнес-среды.

#### Результаты

Таким образом, почти 40% населения Украины недовольны качеством продуктов питания. Однако, для того, чтобы 89% потребителей, которые положительно относятся к органической продукции, покупали ее, необходимо обеспечить:

- 1) жесткий контроль качества;
- 2) полный ассортимент продукции, на которую существует спрос;
- 3) цену, которая на 10-20% выше обычной, что возможно при условии увеличения сельскохозяйственных производителей органической продукции и производимого сырья;
- 4) на законодательном уровне закрепить использование в Украине терминов «био» и «экологический», которые в зарубежных странах используются для обозначения органической продукции.

Современный рынок органической продукции в Украине находится на этапе становления, а его ассортимент от сертифицированных производителей представлен только крупами, что недостаточно для полноценного питания и открывает реальные возможности для новых участников рынка.

#### Заключение

Сегодня украинский потребитель хочет покупать не только органические крупы, но и продукты мясомолочной группы, овощи, фрукты, зелень. Кроме того, необходимо переходить на другой, более качественный уровень – предоставлять потребителю уже переработанные органические продукты – сухие завтраки, консервы, колбасы и т.д. Конечно, это вызывает сложности у производителей, поскольку при производстве органических продуктов питания каждый этап должен соответствовать требованиям и пройти тщательную сертификацию. Однако, учитывая положительную динамику и растущий спрос, такие усилия будут экономически выгодными.

#### Выводы

Для дальнейшего развития рынка органиче-

ской сельскохозяйственной продукции в Украине необходимо, в первую очередь, обеспечить его законодательной и нормативно-правовой базой. Закон «Об органическом производстве» был принят только 21.04.2011 г. Сертификация и контроль за органической продукцией осуществляются частными организациями по международным стандартам.

Эта же проблема актуальна для России и предусматривает разработку единых российских стандартов, гармонизированных с зарубежными, установление правового ограничения самодеклараций производителей, а также консолидацию усилий как производителей, так и импортеров экологической продукции [9]. Экологизация производства пищевой продукции, которую по сути обеспечивает органическое сельское хозяйство, определена одним из приоритетов доктрины продовольственной безопасности России.

#### Библиографический список

1. Основы (стратегия) государственной экологической политики Украины на пери-

од до 2020 года, утверждены Законом Украины от 21.12.2010 г. №2818-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2818-17&p=1304062368131865>.

2. Органическое сельское хозяйство / [Б. Шарпатка, И. Урбан и кол.]. Оломоуц, 2010. С. 18.

3. URL: <http://biolan.org.ua/uk/news/?newsid=111>. Там же.

4. Организация производства органической продукции растениеводства на базе УНПЦ НГАУ: науч. роб. на получ. Премии молод. ученых Николаевской обл. / Т.А. Чайка. 2011.

5. URL: <http://www.appletonmayer.com/data/research/2010/0912>.

6. Шувар Б.И. Маркетинговые исследования спроса на экологически чистую продукцию в Западном регионе Украины // Научный вестник НЛТУ Украины. — 2009. — Вып. 19.9. — С. 245.

7. URL: <http://www.chornomorka.com/node/1402>.

8. Хандажапова Л.М., Лубсанова Н.Б. О развитии органического сельского хозяйства в России // Электронный научный журнал. 2011, вып. 1. URL: <http://economics.open-mechanics.com/articles/316.pdf> (дата обращения: 18.05.2011).