

Т.В. Луцкая,
к.э.н., доцент кафедры прикладной экономики
Национального университета пищевых технологий,
Украина, г. Киев

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОГО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОДУКТА

Постановка проблемы. Современные подходы к хозяйствованию предприятий пищевой промышленности требуют все большего снижения себестоимости продукта, что последнюю четверть столетия чаще всего достигалось за счет использования высокой концентрации химических препаратов, пестицидов, а также других технологий для повышения эффективности производства, при этом зачастую в ущерб здоровью потребителя, нередко сотрудников предприятия и безусловно нанося непосредственные последствия окружающей среде. Проблема заболеваний населения целых регионов на сегодняшний момент достаточно остро стоит на «развитых» сельскохозяйственных территориях США и Китая, исходя из чего население экономически и социально развитых стран все более стремится к употреблению органических продуктов питания, создавая тем самым все более увеличивающийся спрос на такую продукцию. И формируя тем самым необходимость развития рынка органических продуктов питания на Украине и укрепления его инфраструктуры.

Анализ последних исследований и публикаций. Состояние, структуру, проблемы и перспективы развития рынка органической продукции в Украине рассматривались такими отечественными учеными, как: В.И. Артыш, Т.А. Зайчук, Е.В. Милованов, В.А. Шлапак и др. Однако динамичность развития этого сегмента продовольственного рынка, изменение структуры спроса и законодательные изменения (как

внутреннего так и зарубежного законодательного поля) заставляет постоянно обращаться к анализу существующих трендов производства органической продукции и поиску путей его развития.

Изложение основного материала. Учитывая, что уровень экономического, а также социального развития страны формирует и базируется на высоком уровне развития технологий (в том числе и в медицине) рынок органических продуктов начал свой рост именно со стран Западной Европы и США. Кроме того, через некоторое время, заполняя неудовлетворенную нишу спроса, к ним присоединись сельскохозяйственно-ориентированные страны с более низким уровнем экономического развития, с производством органической продукции исключительно на экспорт. На сегодняшний момент к странам с наибольшей площадью земель, занятых под органическое сельское хозяйство, относятся Австралия (12 млн. га), Аргентина (3,8 млн. га) и Соединенные Штаты Америки (1,9 млн. Га). Наибольшая доля земель, занятых под органическое сельское хозяйство, от общей площади всех земель сельскохозяйственного назначения расположена в Океании (2,9%) и в Европе (2,2%), 5,4% сельскохозяйственных угодий в странах Европейского Союза (далее - ЕС) является органическими. Однако некоторые страны достигли гораздо более высоких показателей: Фолклендские Острова - 35,9%, Лихтенштейн - 27,3%, Австрия - 19,7%. В десяти странах более 10% сельскохозяйственных угодий являются органическими, площади органических сельскохозяйственных угодий увеличились в Азии, Европе, Северной Америке и Океании. В Азии, после значительного сокращения территорий органических угодий в 2010 году, был зарегистрирован рост площадей органических земель сельскохозяйственного назначения на 0,9 млн. га. В Европе также наблюдаются высокие темпы роста, здесь площадь органических земель сельскохозяйственного назначения увеличилась на 0,6 млн. га (6%).

Несмотря на замедление темпов роста мировой экономики, объемы продаж органических продуктов на мировом рынке продолжают расти, по оценкам компании "Органик Монитор" (Organic Monitor), продажи органических пищевых продуктов и напитков достигли почти 63 млрд. долларов США в 2011 году. Общий объем рынка органических продуктов вырос на 170%, по сравнению с 2002 годом, что произошло главным образом за счет стран Северной Америки и Европы, где органические продукты питания пользуются крупнейшим спросом, настолько что эти два региона охватывают более 90% всех продаж, включая достаточно объемный импорт органических сельскохозяйственных продуктов из других стран, хотя органическое сельское хозяйство сегодня реализуется в разной степени, но на всех континентах, наибольший спрос наблюдается именно в этих регионах. Производство органических продуктов питания в других регионах, особенно в Азии, Латинской Америке и Африке, является преимущественно ориентированным на экспорт, так было при зарождении такого рынка, более четверти века назад, и практически так остается теперь.

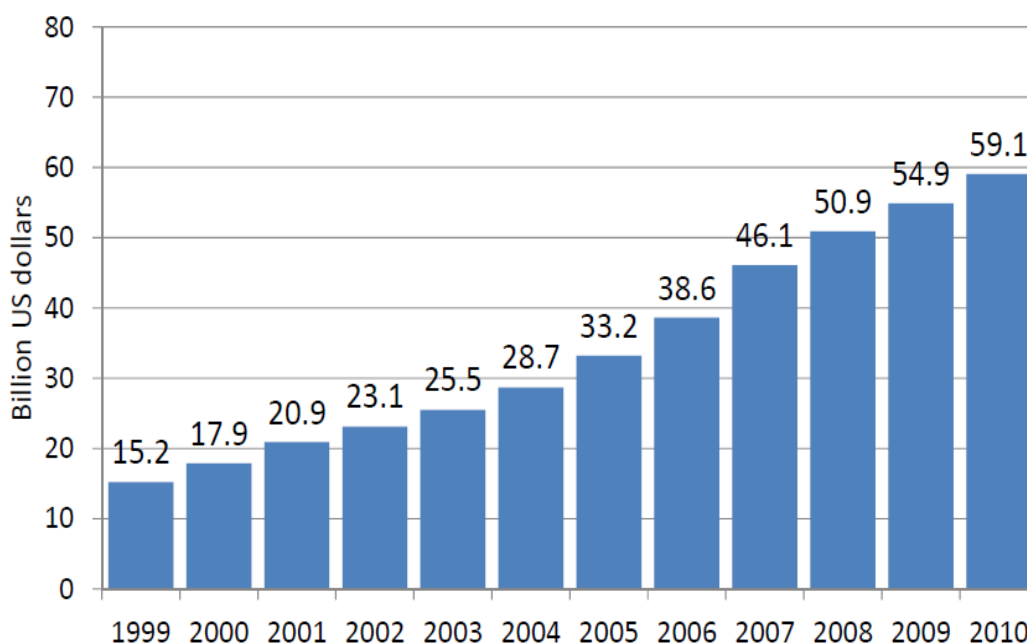
Динамика количества предприятий органических-производителей по регионами, 2010-2011 гг. [1]

Табл. 1.

| <i>Регион</i> | <i>2010</i> | <i>2011</i> | <i>изменение количества</i> | <i>Изменение в%</i> |
|-------------------|----------------|----------------|-----------------------------|---------------------|
| Африка | 539403 | 540988 | +1 585 | +0,3% |
| Европа | 277461 | 291451 | +13 990 | +5,0% |
| Латинская Америка | 270568 | 315889 | +45 321 | +16,8% |
| Северная Америка | 16673 | 16659 | -14 | -0,1% |
| Океания | 8483 | 14138 | +5 655 | +66,7% |
| Азия | 460762 | 619439 | +158 677 | +14,3% |
| Всего | 1573209 | 1798359 | +225 150 | +34,4% |

Источник: Исследование FiBL и IFOAM, 2013, базируется на информации от организаций частного сектора, сертификационных органов и правительств

Несмотря на неравномерную (асправедливую) структуру возникновения и удовлетворения спроса на органическую продукцию в мире, общие тенденции динамики развития рынка органической продукции есть достаточно позитивными и свидетельствуют о стабильном росте объемов производства и потребления за десять лет в четыре раза, до почти 60 билл. долл. США (рис.1.)



Source: Organic Monitor, various years



Рис. 1. Динамика развития органического рынка мира [1]

Стоит отметить, что наибольшую лепту в становление современного рынка мира, годовой объем производства органической продукции около 44,5 билл. евро, внесли США и страны Западной Европы, среди первой десятки лидирующих стран первую позицию занимают США с объемом около 20 билл. евро, остальные девять вместе реализуют годовой оборот еще около 20 билл. евро (рис. 2).

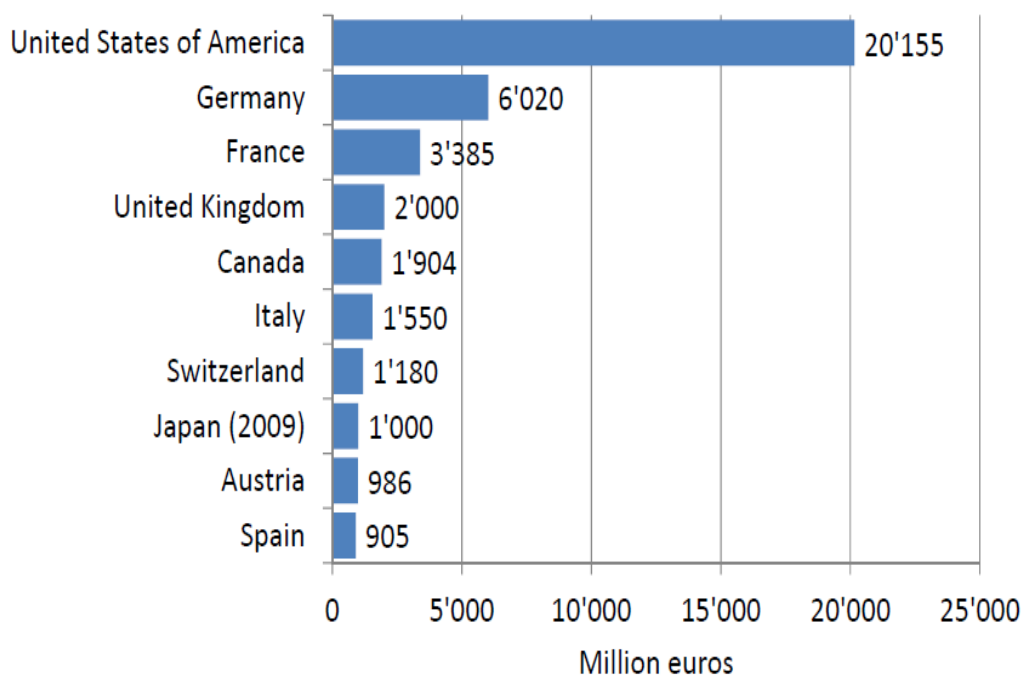


Рис. 2. Рынок органической сельскохозяйственной продукции в мире [1]

Для развития в нашей стране рынка органической продукции есть несколько путей: импорт и развитие внутреннего рынка органической сельскохозяйственной продукции. Реализация второго пути требует наличие и тотальное углубление следующих аспектов развития рынка органической продукции:

1. Донорский аспект. Может выступать как спонсорская, донорская деятельность заинтересованных государственных и негосударственных организаций, обеспечение общественной поддержки (заинтересованность неправительственных, общественных, донорских организаций и ассоциаций); Обеспечение органического производства прямой финансовой поддержкой, как всевозможные виды инвестирования (государственное или частное) так и льготное кредитование; создание косвенной поддержки (прежде всего государства или общественных

организаций) путем общей промо-деятельности, направленной на популяризацию органического образа жизни.

2. Научно-практический аспект. Регулярное проведение научно-практических мероприятий, направленных на повышение эффективности органического сельскохозяйственного производства; внедрение новейших отечественных научных разработок, увеличение государственных программ, в направлении технологий органического сельскохозяйственного производства; изучение зарубежного опыта развития рынка органического производства; включение курса органического сельского хозяйства в программы вузов.

3. Инициативный (социальный) аспект. Данное направление предполагает инициативные меры, стимулирующие развитие рынка, а именно развитие как увеличение спроса среди населения (путем популяризации здорового образа жизни, информировании населения о предложениях на рынке органической продукции, структуре существующего рынка, с одной стороны, так и стимулирование сельскохозяйственных предприятий, фермерских предприятий, потенциальных единиц рынка, для активизации производственной деятельности на только развивающемся, а значит, потенциально эффективном рынке) специализированные семинары для потребителей и для будущих и существующих предприятий-производителей органической продукции; также проведение конференций, круглых столов, мастер – классов, повышение знаний потребителей.

Мировой экономический кризис снизил темпы роста органического рынка в мире в целом. Но, учитывая принципиальное самосознание потребителя органической продукции, кроме того, как правило, это более состоятельные потребители, которые уже привыкли к продуктам с этикеткой "органик", не перестанут их покупать, перераспределив траты в сторону уменьшения других статей затрат. С каждым годом потребности

внутреннего рынка органических сельскохозяйственных продуктов увеличиваются, спрос на органическую продукцию в Украине растет и будет продолжать расти.

Вместе с оптимистическими предпосылками развития такого направления предприятий сельскохозяйственной органической продукции, существуют также некоторые аспекты, которые могут формировать сложности и непрогнозируемые изменения спроса в сторону уменьшения объемов, а именно:

1. Залогом развития внутреннего рынка Украины может стать - опыт организаций-пионеров по развитию органического движения в Европе и в Швейцарии в частности, но для отечественного рынка следует учесть что:

-население Украины в большом количестве имеют небольшие участки земли, достаточные для удовлетворения потребности в органической сельскохозяйственной продукции;

-исходя из причин недобросовестности отечественных производителей (в части соответствия заявленного качества продукта и реального качества), процент доверия к ним и соответственно отказа от ведения натурального хозяйства (в части продуктов сельского хозяйства) в пользу предприятий-производителей может быть минимальным.

2. По причине недостаточного ассортимента и количества готовых органических продуктов продавцы позиционируют Натуральную или Домашнюю продукцию, сбивая таким образом потребителя с правдивой информации.

3. Еще одним усложняющим развитие моментом является слабая, а в некоторых случаях отсутствующая, производственная инфраструктура для таких предприятий, неразвитая переработка и изготовление готового продукта.

4. Не может не сказаться на стремительном развитии органического сельскохозяйственного рынка и низкий уровень осведомленности

потребителей о целесообразности потребления органических продуктов и их положительное влияние на человека, о разнице понятий «эко», «био» и непосредственно «органик», чем собственно и пользуются большое количество производителей не имеющих никакого отношения к рынку органического сельскохозяйственного продукта.

5. Технологическая скудность, а именно недостаточный ассортимент предложенных на отечественном рынке технологий и узкий спектр разрешенных средств формируют сложности при выращивании сельскохозяйственной органической продукции.

6. Недостаточное развитие торговой инфраструктуры органического рынка, а именно: количество торговых сетей, в которых продаются органические продукты, отсутствие государственной финансовой поддержки; недостаточное инвестирование в органическом производстве.

Развитие внутреннего рынка органической сельскохозяйственной продукции имеет достаточное количество предпосылок для непосредственного роста как для обеспечения внутреннего рынка так и для удовлетворения непокрытого спроса на органическую сельскохозяйственную продукцию других стран исходя из того что:

- рост самосознания населения повлек за собой увеличение спроса на органическую сельскохозяйственную продукцию в Украине;
- с каждым годом потребности внутреннего рынка органических продуктов увеличиваются в силу развития социальной инфраструктуры непосредственно рынка органических продуктов и популяризации здорового образа жизни в целом;
- привлечение частных инвестиций в рынок органической продукции, в том числе иностранных;

- изобретательность фермеров, заинтересованных проводить органическую деятельность на своих фермах (использование новаторских потенциалов);
- готовность потребителей платить за органические сельскохозяйственные продукты.

Частичное формирование другого уровня инфраструктуры рынка можно констатировать по созданию некоторого количества объединений предприятий-производителей органической сельскохозяйственной продукции, таких как Ассоциация участников органического производства «Биолан Украина», Ассоциация производителей органической продукции «Чистая Флора», Клуб органического земледелия, Федерация органического движения Украины, Ассоциация органического земледелия и садоводства «АОЗиС», Объединение «Натурпродукт» и др.

Вывод. Для развития в нашей стране рынка органической продукции есть несколько путей: импорт и развитие внутреннего рынка органической сельскохозяйственной продукции. Развитие внутреннего рынка органической сельскохозяйственной продукции имеет достаточное количество предпосылок для непосредственного роста, как для обеспечения внутреннего рынка, так и для удовлетворения непокрытого спроса на органическую сельскохозяйственную продукцию других стран.

Литература.

1. <http://www.ukraine.fibl.org>