

## ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника,  
Міністерство освіти й науки України,  
кафедра фінансів,  
76000, м. Івано-Франківськ,  
вул. Шевченка, 57,  
тел.: 0342596176,  
факс: 0342231574,  
e-mail: kfin@pu.if.ua

**Анотація.** Проаналізовано передумови формування ринку екологічно чистих продуктів харчування. Запропоновано концепцію сегментації ринку екологічно чистої продукції. Розглянуто особливості становлення ринку екологічно чистої продукції та дано його класифікацію.

**Ключові слова:** екологічно чисті продукти, сегментація ринку, органічне землеробство, сертифікація.

**Annotation.** The preconditions of forming the market of ecologically pure food products are analysed. The conception of segmentation of the ecologically pure production market is proposed. The peculiarities of forming the market of ecologically pure production are shown and the classification of this market is given.

**Key words:** ecologically pure products, the segmentation of the market, organic farming, certification.

**Вступ.** Сучасний стан виробництва продуктів харчування в Україні характеризується своєю суперечливістю й відсутністю чіткої стратегії розвитку. Системна криза в сільському господарстві та помилки при проведенні земельної реформи призвели до скорочення виробництва сільськогосподарської продукції, особливо тваринницької, що змусило збільшити імпорт продукції не завжди високої якості.

Сільськогосподарське виробництво за всі роки незалежності так і не змогло досягнути рівня 1990 року. Членство України в СОТ зумовило лібералізацію митної політики та доступ на внутрішній ринок імпортованих продуктів харчування. Низька купівельна спроможність населення зумовлює попит на дешеві, низької якості продукти харчування. В Україну масово почали завозити продукти харчування, які містять генетично модифіковані організми, консерванти, ароматизатори, поліпшувачі та інші добавки, вплив яких на здоров'я населення ще недостатньо вивчений, а деякі з них заборонені до використання в розвинутих країнах. В Україні сформувалося потужне лобі, яке відстоює інтереси виробників такої продукції, тому з великими труднощами вводиться обов'язкове маркування продукції, яка містить більш як 0,9% генетично модифікованих організмів. У світі динамічно розвивається ринок екологічно чистих продуктів харчування, який є результатом практичної реалізації концепції сталого агроекологічного розвитку. У 2007 році обсяг світової "органіки" в грошовому вимірі становив 46 мільярдів доларів. Ринки органічної сільськогосподарської продукції та екологічно чистих продуктів харчування вже діють у багатьох країнах світу, передусім у США, Австралії та країнах ЄС, де налагоджені виробництво, сертифікація, маркетинг і реалізація органічних продуктів.

Виробництво екологічно чистої продукції в Україні перебуває в зародковому стані, відповідно і ринок екологічних продуктів харчування на порозі становлення. Серед вітчизняних науковців зростає зацікавленість у дослідженні зарубіжного досвіду впровадження та підтримки розвитку екологічного землеробства, що дасть змогу визначити перспективи розвитку даного сегмента сільгоспвиробництва в Україні.

Проблеми державного регулювання виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції досліджує Н.В.Зіновчук [1]. В.І.Артиш розглядає організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні. На його думку, “важливим каналом збуту на початковому етапі розвитку ринку екологічно чистої продукції є прямий збут (продаж на фермі, щотижня на роздрібному ринку, власний магазин у місті)” [2, с.119]. Таким чином, науковці розглядають певні аспекти становлення ринку екологічно чистої продукції. Проте формування такого ринку, його сегментації та стратегії розвитку досліджені недостатньо.

**Постановка завдання.** Завданням цього дослідження є вивчення сучасного стану виробництва та реалізації екологічно чистих продуктів харчування в Україні, можливості застосування інноваційних підходів щодо формування ринку екологічно чистих продуктів харчування та виявлення бар’єрів, які гальмують ефективність його функціонування, що дозволить здійснювати дієві заходи з їх усунення. Для вирішення цих завдань застосовуються методи системного та порівняльного аналізів, експертної оцінки, аналізу та синтезу.

**Результати.** Формування ринку екологічно чистих продуктів харчування в Україні відбувається під дією внутрішніх і зовнішніх чинників. Внутрішні чинники зумовлюють зростання попиту на безпечні та здорові продукти харчування з підвищенням рівня життя населення. У 2005 році створено Федерацію органічного руху України, яка об’єднала зусилля виробників, наукових і навчальних установ, переробних та інших підприємств, фізичних осіб, зацікавлених у виробництві, реалізації й споживанні екологічно чистих продуктів харчування.

Зовнішні чинники спричинені динамічним зростанням світового ринку екологічно чистої продукції та зацікавленістю міжнародної спільноти в Україні як потенційно потужному виробникові такої продукції.

Доцільність збільшення обсягів виробництва екологічно чистої продукції зумовлена її специфічністю в порівнянні з конверсійною. Це, у першу чергу, її гарантована якість і безпечність для споживача, для землекористувача – збереження й підвищення родючості ґрунту, для суспільства – збереження природного навколишнього середовища на довгострокову перспективу. Ці аспекти зумовлюють специфіку сегментації ринку екологічно чистої продукції сільського господарства. Наявні на сьогодні теоретичні та методичні підходи до сегментації ринку й позиціонування екологічно чистої продукції не враховують вищенаведених особливостей.

Сегментацію ринку екологічно чистої сільськогосподарської продукції проведемо, виходячи з максимального задоволення попиту споживачів на цю продукцію, а також оптимізації витрат при вирощуванні, переробці та реалізації.

Споживачів екологічно чистої продукції можна умовно поділити на три групи:

- 1) споживачі з низьким рівнем доходу;
- 2) споживачі із середнім рівнем доходу;
- 3) споживачі з високим рівнем доходу.

Споживачі з низьким рівнем доходу будуть купувати екологічно чисті продукти харчування тільки в разі однакової ціни з продуктами, вирощеними за традиційною технологією, інакше вони будуть шукати можливість вирощувати органічну продукцію й споживати її, а надлишки за сприятливої кон’юнктури реалізовуватимуться на ринку. Крім вирощеної продукції, ці споживачі використовують дари лісів (гриби, ягоди) та дикороси для приготування різноманітних чаїв і напоїв.

Споживачі із середнім рівнем доходу (при витраті коштів на закупівлю продуктів харчування в розмірі 20–30% сукупного сімейного доходу) віддають перевагу продуктам харчування, придбаним у спеціалізованих магазинах або відділах торгових мереж із реалізації органічних продуктів, якщо ціни на ці продукти в порівнянні з традиційними однакові або вищі на 30–40%. У той самий час значне місце займає сільськогосподарська продукція, вирощена за органічною технологією власноруч. Згідно з дослідженнями зарубіжних науковців, до цієї групи належать молоді та середнього віку люди, які мають проблеми зі здоров'ям і ведуть правильний, розумний спосіб життя.

Споживачі з високим рівнем доходів (витрачають на харчування до 15% сукупного сімейного доходу) здійснюють регулярні закупівлі екологічно чистих продуктів харчування через спеціалізовану торговельну мережу, а також замовляють сільгосппродукцію, вирощену за органічною технологією в екофермерів, особистих селянських господарствах.

За цільовим призначенням ринок екологічно чистих продуктів харчування поділяється на:

1. Продукти дитячого харчування.
2. Продукти дієтичного харчування для осіб, хворих на цукровий діабет, та інших, яким рекомендовано спеціальні дієти з використанням екологічно чистих продуктів харчування.
3. Екологічно чисті продукти харчування для всіх категорій населення.

Забезпечення дитячим харчуванням вітчизняного виробництва дітей віком до 2-х років задовольняється тільки на 15–20 %. Близько 85% продуктів дитячого харчування імпортні. Молочні суміші випускали на Балтському та Хорольському заводах дитячого харчування, але обсяги виробництва й асортимент продукції скорочуються через державне регулювання ціноутворення (обмеження рівня рентабельності) та посилення конкуренції з боку імпортних продуктів дитячого харчування, які під таке регулювання не підпадають.

Ринок дитячого харчування в Україні динамічно розвивається, але, на жаль, не за рахунок зростання обсягів вітчизняних виробників. На сьогодні експерти оцінюють обсяг ринку дитячого харчування в межах 60–70 млн дол. І це з урахуванням того, що наші діти споживають, як мінімум, у 4 рази менше дитячого харчування, ніж їхні однолітки в інших країнах [3].

За даними статистики, тільки 20% дітей в Україні народжуються здоровими. Близько 50% новонароджених потребують дитячих харчових сумішей для штучного вигодовування. В Україні існує нагальна потреба модернізації індустрії дитячого харчування, що сприятиме розвитку ринку екологічно чистих продуктів харчування. Для виробництва дитячого харчування використовується винятково екологічно чиста продукція. Створення попиту на сировину сприятиме розвитку екологічного землеробства в Україні та зумовить зростання інших сегментів ринку екологічно чистих продуктів харчування. Не слід забувати про необхідність скорочення імпорту дитячого харчування, яке можна виготовляти на українських підприємствах, що дозволить створити сотні робочих місць на селі та зекономити значну суму валюти, яку можна використати для закупівлі сучасного обладнання для цих підприємств.

Канали збуту екологічно чистої продукції повинні бути диверсифіковані й ураховувати національні та регіональні особливості.

Вони поділяються так:

1. Прямий збут.
2. Продаж через спеціальні відділи торговельних мереж.
3. Продаж у спеціалізованих магазинах.
4. Реалізація через спеціальну торговельну мережу.

5. Створення спеціалізованих торговельних місць на аграрному ринку.
6. Проведення торгів на аграрній біржі.
7. Функціонування інтернет-магазину.

Прямий збут дозволяє мінімізувати витрати на маркетинг товарів даної групи й відпадає потреба в торгових посередниках. На нашу думку, розвиток сільського зеленого туризму та створення екосадиб для прийому туристів повинні передбачати меню, до якого входять тільки екологічно чисті продукти харчування, що дозволить підсилити привабливість цього виду відпочинку. Такий підхід є особливо актуальним для Карпатського макрорегіону й дасть змогу підсилити потужний рекреаційний потенціал. Доцільно використовувати зарубіжний досвід, коли покупці поєднують відпочинок із закупівлею сільгосппродукції шляхом самостійного збирання овочів і фруктів в екологічних господарствах та оплачують зібрану продукцію за нижчою ціною. Це дозволяє підвищити довіру до закупленої продукції, налагодити довгострокові партнерські зв'язки між виробником і споживачами та розширити масштаби надання ним послуг у сфері агротуризму.

Продаж через торговельні мережі перебуває на початковому етапі становлення. Основною причиною є низька купівельна спроможність населення, асортимент товару та його номенклатура недостатні для створення повноцінних відділів, а також високі ціни на екологічно чисту продукцію, яка з певних видів у два-три рази дорожча за конвенційну.

В 2007 р. розпочато продаж органічних овочів і круп у рамках продуктових ліній у супермаркетах Києва ("Чумацький шлях", "Білла", "Метро", "Фуршет" та ін.). У 2008 р. 4 види органічних круп представлені в 12 супермаркетах Києва [4]. Сьогодні стало можливим придбати органічну продукцію з Торговим знаком БЮЛан у торговельних мережах супермаркетів "Арсен" та "Інтермаркет". Наразі на вітчизняному ринку найширше представлені екологічно чисті крупи з Торговим знаком БЮЛан, які випускає ТОВ "Круп'яний Дім" під ТМ Жменька. Випуском органічних пластівців зацікавився Новоукраїнський комбінат хлібопродуктів відомий під ТМ Геркулес. У той самий час слід зазначити, що виробництво органічних зернових і продуктів їх переробки гальмується вищими витратами при вирощуванні та переробці, а отже, і вищою ціною продажу та відсутністю дотацій з боку держави на вирощування й переробку. Тому широкий асортимент продуктів харчування органічного походження імпортується та реалізується через мережу будинку делікатесів ТОВ "Ділайт-Україна". Ці продукти орієнтовані на покупців з високими доходами, при цьому зі всього асортименту екологічно чистих продуктів харчування тільки приблизно 5% вітчизняні.

Продаж у спеціалізованих магазинах щодо асортименту характеризується переважно імпортною косметичною продукцією та лікувально-профілактичними чаями. Перші такі магазини працюють у Києві. У Львові розпочав свою діяльність перший в Україні ресторан, меню якого складається винятково з екологічно чистих продуктів харчування.

Перспективним, на наш погляд, є створення обслуговуючих кооперативів з вирощування, переробки та реалізації екологічно чистої сільськогосподарської продукції. Така форма організації виробництва й просування вирощеної продукції до споживача дозволить знизити її собівартість і підвищити конкурентоспроможність порівняно з продукцією, вирощеною за традиційною технологією. Місцева влада в якості підтримки виробника органічної продукції може надати місце на продовольчому ринку або приміщення для створення магазину, знизивши при цьому орендну плату.

Розглядаючи класифікацію ринку екологічно чистої продукції, слід відмітити великий потенціал зовнішнього ринку (рис. 1). Значну зацікавленість проявляють країни Європи щодо закупівлі в нашій державі органічних зернових і зернобобових. Відбу-

вається закупівля дикоросів, зокрема чорниці, малини, грибів, зібраних у Карпатському макрорегіоні, зростає виробництво фіточаїв. У той самий час відсутність інституційного забезпечення цього сегмента сільгоспвиробництва гальмує його розвиток.

Для збільшення експорту екологічно чистої продукції необхідні значні інвестиції в переробну галузь. Це дозволило б вийти на міжнародний ринок з конкурентоспроможною продукцією.

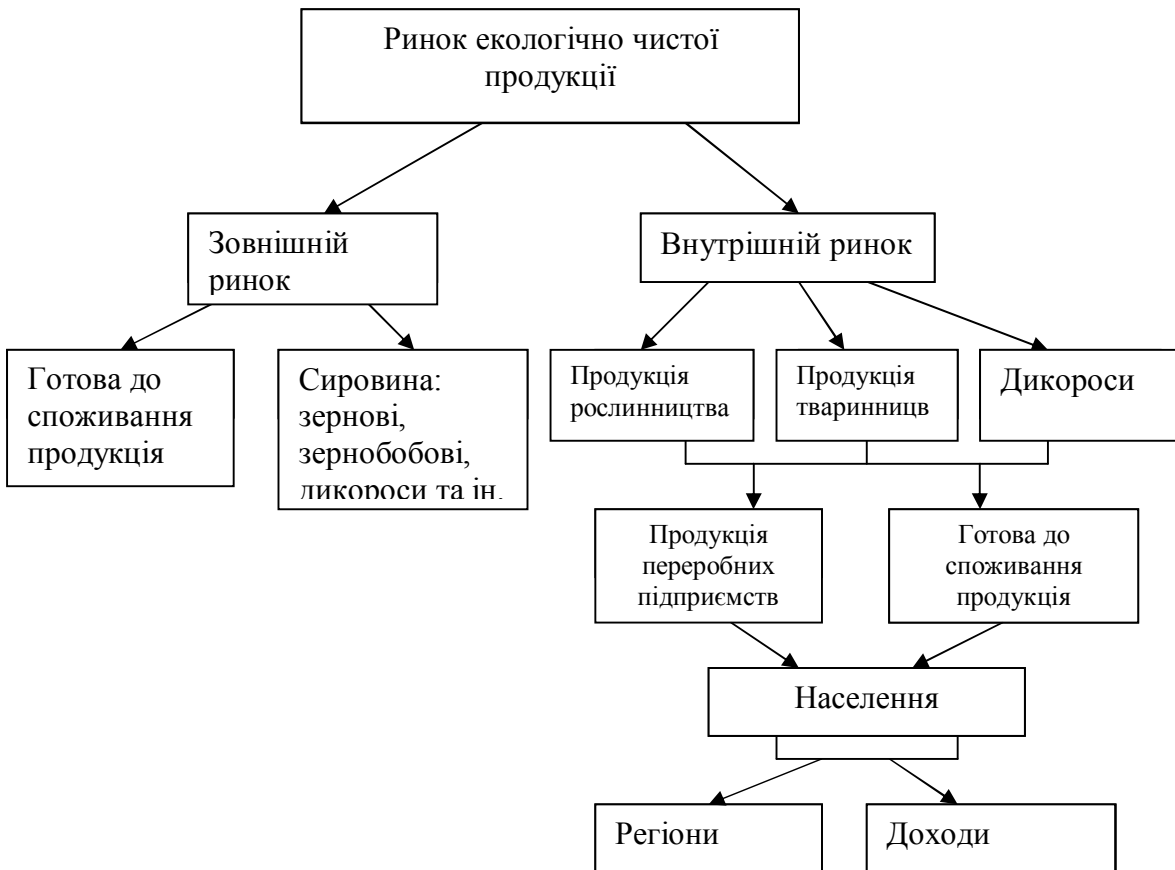


Рис. 1. Класифікація ринку екологічно чистої продукції

Такий підхід дозволить постачати продукцію з високою доданою вартістю, крім цього, зростуть терміни зберігання та реалізації готової до споживання продукції. Українські товаровиробники зможуть просувати на міжнародні ринки свої торгові марки екологічно чистих продуктів харчування.

На внутрішньому ринку обсяги реалізації продукції екологічного тваринництва є мізерними. На нашу думку, саме розвитку екологічного, тваринництва необхідно приділити особливу увагу. Пояснюється це тим, що без тваринництва неможливо розвивати органічне землеробство. Крім цього, воно є більш трудомістким порівняно з рослинництвом, що дозволить деякою мірою вирішити проблему працевлаштування серед сільського населення. Якщо розглядати структуру землекористування, то значна частина сільгоспугідь у країнах з розвинутим екологічним сільгоспвиробництвом відведена на пасовища та сінокоси.

Продукція переробних підприємств представлена підприємствами з виготовлення продуктів дитячого харчування, які не відповідають міжнародним вимогам до екологічно чистих продуктів харчування.

Попит на екологічно чисті продукти харчування значною мірою залежить від сукупного сімейного доходу, і в регіональному аспекті ринок динамічно розвиватиметься перш за все в Києві та в індустріальних регіонах з високими доходами на душу населення. З розвитком туристичної індустрії в Карпатському макрорегіоні можна прогнозувати зростання ринку екологічних продуктів і задоволення потреб відпочиваючих.

**Висновки.** Ринок екологічно чистих продуктів харчування в Україні на стадії становлення. Стримує розвиток органічного землеробства відсутність законодавчого й фінансового забезпечення, створення національної системи сертифікації, яка б відповідала міжнародним вимогам. У зовнішньоекономічній діяльності основний акцент необхідно робити на експорт продуктів харчування з високою доданою вартістю, а не на сировину (зернова група, олійні та зернобобові). Для цього потрібно здійснювати фінансову підтримку виробників екологічно чистої продукції та сприяти залученню інвестицій у будівництво переробних підприємств, у першу чергу, заводів з виготовлення продуктів дитячого харчування. Держава зацікавлена в здоровій нації та збереженні довкілля для прийдешніх поколінь, а для цього необхідно сприяти розвитку ринку екологічно чистих продуктів харчування.

1. Зіновчук Н. В. Деякі аспекти державного регулювання виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції в Україні / Н. В. Зіновчук // Науковий вісник НАУ. – 2002. – № 2. – С. 51–56.
2. Артиш В. І. Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В. І. Артиш // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 117–120.
3. Коваль М. Українські проблеми дитячого харчування / М. Коваль. – Інтернет-ресурс : <http://unian.ua/>.
4. Результати та досвід асоціації “БІОЛан” в органічному русі України 2002 – 2008 роки. – Інтернет-ресурс : [www.biolan.org.ua](http://www.biolan.org.ua).

**Рецензенти:**

Баланюк І.Ф. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника;

Ткач О.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника.