

А.І. Литвинов, канд. екон. наук, доцент
Харківський національний технічний університет сільського
господарства ім. Петра Василенка

ОРГАНІЧНА ПРОДУКЦІЯ: ПРОБЛЕМИ РИНКУ І ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ВИРОБНИКІВ

Статтю присвячено проблемам формування ринку органічної продукції та окресленню перспектив розвитку на ньому для її виробників. Зазначено, що збільшення ринку органічного продовольства відбуватиметься за рахунок реструктуризації до нього частини попиту покупців традиційних продуктів харчування. Це формує можливості для економічного зростання тим сільськогосподарським підприємствам, які зможуть відповісти на цей виклик. Розв'язання проблеми гармонізації місцевих нормативів, що стосуються виробництва органічної продукції із відповідними нормативами ЄС забезпечить тісну інтеграцію вітчизняних виробників до системи міжнародного економічного співробітництва, що також є потужним резервом підвищення їх ефективності.

Ключові слова: *органічна продукція, ринок, розвиток, сталий розвиток, сільське господарство, сільськогосподарське підприємство, економіка, економічна інтеграція*

Постановка проблеми. Формування і розвиток ринку органічного продовольства відкриває для сільськогосподарських виробників нові можливості, пов'язані із більш високим рівнем цін на органічну продукцію. Проте повстає і низка питань: високі вимоги до організаційно-технологічного блоку, продуктивність сільськогосподарських культур і тварин, відповідність земельних угідь, сертифікація, законодавство тощо.

Разом із тим, ринок органічної продукції перебуває у тісному зв'язку із органічним рухом і ще знаходиться у стадії свого формування. Так, у міжнародному аспекті це пов'язується із створенням в Будапешті (Угорщина) у 1983 році першої організації органічного землеробства, клубу “Біокультура” [1, с. 119]. В Україні сертифікацію земель за європейськими стандартами започатковано у 2000 році, а спроби налагодити виробництво сільськогосподарської продукції за органічними принципами мали місце з 70-х років минулого століття.

Ринок, що продовжує зростати та формуватися, як в національному, так і в глобальному аспекті, вищий у порівнянні із традиційною

продукцією рівень цін означають потенціал розвитку для вітчизняних сільськогосподарських виробників. Дослідити і окреслити перспективи розвитку даного сегменту в контексті сприяння економічному зростанню вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників на засадах сталого розвитку, інтеграції сільського господарства України до ринку ЄС та міжнародної системи економічної інтеграції і має на мети ця стаття.

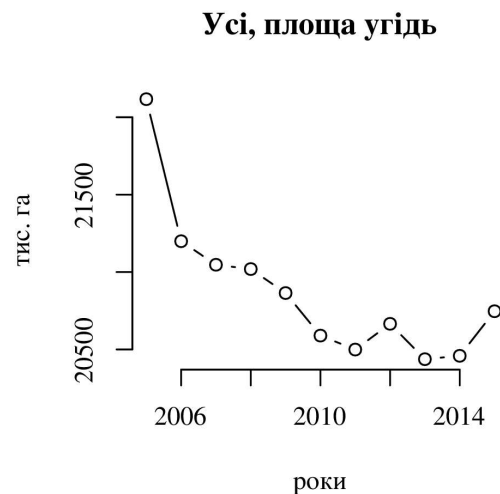
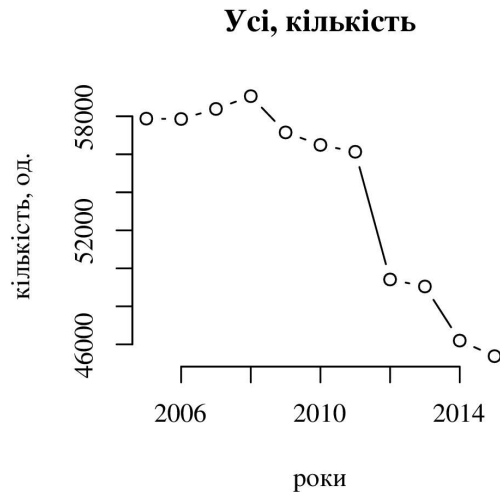
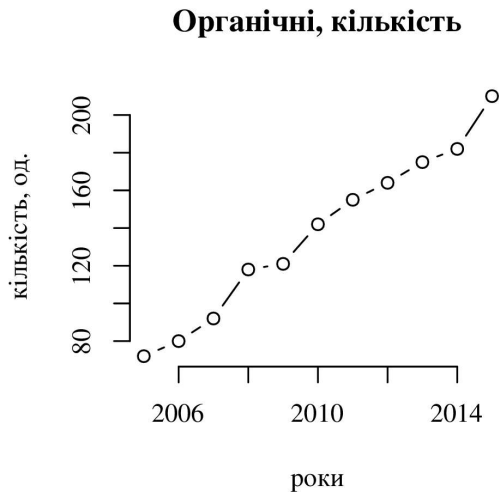
Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методичні та практичні підходи до розв’язання комплексу проблем, пов’язаних із органічним землеробством, формуванням і розвитком ринку органічної продукції знайшли своє відображення в працях таких вітчизняних вчених і практиків, як С. Антонєць [1], В. Артиш [2, 3], Т. Зінчук [4], Д. Легеза [5], О. Скидан [6], О. Шубравська [7], О. Шумейко [8], та ін. Разом із тим, залишається потреба у додатковому опрацюванні проблем вітчизняного органічного виробництва, формування перспектив його розвитку та інтеграції до ринку ЄС та світового економічного співробітництва.

Формулювання цілей статті. Метою цієї статті є окреслення перспектив розвитку в Україні органічного сільськогосподарського виробництва та його перспектив інтеграції до ринку ЄС та світового економічного співробітництва.

Виклад основного матеріалу досліджень. В Україні існує потужний потенціал для розвитку органічного сільськогосподарського виробництва. Це, зокрема, підтверджується фактичною динамікою кількості сільськогосподарських підприємств, які спеціалізуються на виробництві продукції, що відповідає органічним стандартам та площі сільськогосподарських угідь, що вони контролюють (рисунок).

Очевидним є зростання і кількості сільськогосподарських підприємств, зайнятих у виробництві сільськогосподарської продукції, яка відповідає органічним стандартам, і площі сільськогосподарських угідь у них в користуванні. Так, починаючи із 2005 р. за десять років кількість таких сільськогосподарських підприємств зростає майже в три рази, а площа сільськогосподарських угідь в них збільшилась майже на 70 %. Характерно, що це відбувається на фоні зменшення загальної кількості сільськогосподарських підприємств та площі контрольованих ними угідь, кількість яких за той же період зменшилась на 21,6 %, а площа зменшилась на 6,2 %. Проте, слід зауважити, що в той час, коли потужна тенденція щодо скорочення кількості сільськогосподарських підприємств в досліджуваному періоді залишається незмінною, то площа сільськогосподарських угідь в користуванні із 2013 р. починає зростати. Це означає, що традиційні сільськогосподарські підприємства укрупнюються, в той час коли середній розмір сільськогосподарського

підприємства, зайнятого виробництвом органічної сільськогосподарської продукції, стабільно зменшується. Так, якщо у 2005 р. на одне сільськогосподарське підприємство, зайняте у виробництві органічної продукції припадало 3,36 тис. га сільськогосподарських угідь, то у 2015 р. цей показник склав лише 1,96 тис. га, тобто зменшився на 41,8 %. По сільськогосподарським підприємствам в цілому відбулось зростання даного показника із 0,38 тис. га до 0,46 тис. га в розрахунку на 1 господарство, тобто на 21 %.



Порівняльна динаміка кількості органічних сільськогосподарських підприємств із загальною чисельністю сільськогосподарських підприємств* та площі сільськогосподарських угідь у них в користуванні Україні за 2005-2015 рр.

Джерело: Федерація органічного руху України [8], оброблено нами.

* Включаючи фермерські господарства

При цьому, за оцінками Федерації органічного руху України обсяг внутрішнього ринку органічних продуктів у 2006 р. складав 400 тис. євро, у 2007 р. - 500 тис. євро, у 2008 р. - 600 тис. євро, у 2009 р. - 1,2 млн євро, у 2012 р. - 7,9 млн євро, у 2013 р. - 12,2 млн. євро, у 2014 р. - 14,5 млн євро, у 2015 р. - 17 млн. євро [9].

Потенціал зростання є очевидним. Це тим більш важливо в умовах складної демографічної ситуації, в якій зараз перебуває Україна. Адже попит на продовольство, основою якого є сільськогосподарська продукція, сам по собі не є дуже еластичним. При цьому органічне і традиційне продовольство є товарами-субститутами. А отже, зростання ринку одного з них відбувається, в першу чергу, за рахунок іншого. І, як свідчать наведені вище дані, реструктуризація ринку продовольства в Україні вже почалась. Це означає потенціал зростання для виробників, орієнтованих на органічну продукцію. В умовах, коли під потреби органічного виробництва залучено менше 2% наявних у сільськогосподарських підприємств угідь потенціал розвитку вважається доволі значним.

Про перспективність органічного напрямку розвитку сільського господарства свідчить і міжнародний досвід. Щорічне зростання світового ринку органічної продукції становить приблизно 10%, попит при цьому зростає більш динамічно [10]. В розрахунку на душу населення збільшується споживання органічних продуктів. Його рівень (в доларах США) в провідних країнах світу складає: в Данії — 72, Швейцарії — 68, Австрії — 40, Німеччині — 17, Великобританії — 16, Нідерландах — 15, Франції — 14 [1, с. 118]. За оцінками експертів [11] у 2015 році обсяг світового ритейлу органічної продукції перевищив 100 млрд. долл., а до 2020 р. він збільшиться вдвічі — до 200 млрд. долл. За інформацією Дослідного інституту органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) найбільшим попитом на міжнародному ринку користуються органічні соняшник, спельта (органічна пшениця), соя, льон, люпин, гірчиця, просо [12]. Але проблемою органічної продовольчої сфери України є те, що продукція не завжди за якістю і безпекою та іншими параметрами відповідає встановленим специфічним вимогам у сфері санітарних та фітосанітарних заходів, технічним, екологічним, маркетинговим умовам (стандартам) і це стає перешкодою в її продажі, зокрема за межами України. Тому нашим підприємствам ще складно виходити на міжнародні ринки органічної продукції та конкурувати з іноземними товаровиробниками.

В ЄС сільське господарство вважається органічним, якщо відповідає вимогам Постанови Ради (ЄС) № 834/2007 стосовно органічного

виробництва і маркування органічних продуктів, має вестись у відповідності з вимогами Постанови комісії ЄС № 889/2008 “Детальні правила щодо органічного виробництва, маркування і контролю для впровадження постанови Ради (ЄС) №834/2007 стосовно органічного виробництва і маркування органічних продуктів” [13, 14]. Крім Постанови Ради (ЄС) №834/2007, яка на даний час є найбільш поширеним органічним стандартом в Україні, сертифікація відбувається також у відповідності до інших стандартів, наприклад Bio Suisse (швейцарський приватний стандарт), NOP (Національна органічна програма, США), JAS (японський сільськогосподарський стандарт), COR (канадська органічна система Canada Organic Regime), тощо [15, с. 6, 99]. Такий підхід дозволяє відокремити виробництво органічної продукції та структурувати її ринок. Вітчизняний ринок органічної продукції наразі перебуває у стані формування. Це може бути перевагою, але для цього треба повною мірою використаний світовий досвід країн, які пройшли далі нас по цьому шляху.

На сьогодні в Україні сертифікована така органічна сільськогосподарська продукція та продукти її переробки: пшениця, жито, тритікале, ячмінь, овес, просо, гречка, кукурудза, горох, соя, люпин, вика, квасоля, боби, соняшник, ріпак, гірчиця, льон, овочі картопля, морква, буряк, капуста, спаржа, огірки, помідори, кабачки, цибуля, ревінь, перець, петрушка, кріп, салати, кавуни, дині, гарбузи, сливи, яблука, груші, абрикоси, вишня, малина, ожина, суниця, полуниця, чорниця, брусниця, журавлина, калина, кизил, чорноплідна горобина (аронія), бузина, виноград, лаванда, шавлія, троянда, розмарин, коріандр, молоко, кефір, сметана, м'який сир (“домашній”), вершки, масло, м'ясо, яйця, гриби, горіхи, мед, перероблена продукція: хлібобулочні вироби, крупи, борошно, джеми, сиропи, соки, соуси, рослинні олії, консервовані овочі тощо [16]. Згідно до стратегічних напрямів розвитку сільського господарства на період до 2020 року [17, с. 8, 19], збільшення основних індикативних показників розвитку органічного виробництва є важливим завданням, успішне виконання якого дозволяє узгодити низку інтересів. Сільськогосподарські виробники отримують ринок, що зростає в умовах складної демографічної ситуації. Споживачі отримують якісне та безпечне для споживання продовольство. Суспільство в цілому отримує сталий розвиток аграрного виробництва та поліпшення якості життя своїх членів. Разом із тим, реалізація цього завдання, розвиток і збільшення обсягів виробництва органічної продукції рослинництва, тваринництва та продуктів її переробки, поглиблення інтеграції українського аграрного виробництва до ринків органічної продукції ЄС та світу засновуються, в

тому числі і на змінах в законодавчому полі. Відповідно до необхідності врегулювання правових, економічних, соціальних, технологічних основ виробництва та реалізації органічної продукції у 2014 р. прийнято Закон України “Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини” і в 2016 р. затверджено низку Постанов Кабінету Міністрів України, зокрема “Порядок ведення Реєстру виробників органічної продукції (сировини)”, “Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) тваринного походження”, “Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) бджільництва” та ін. [18-21] Разом із тим, слід зауважити на питанні гармонізації нормативів із законодавством ЄС. За рахунок такої гармонізації значно спрощуються експортні процедури, пов’язані з ними витрати та логістика, що створює додаткові конкурентні переваги.

Стабільний розвиток органічного ринку ґрунтується на довірі споживачів до якості продукції. Покупець органічного продукту кладе до свого кошику з полиці супермаркету не той продукт, який дешевший або містить більше (чи менше) калорій, а той, що на його думку є більш корисним і вироблений без шкоди для довкілля. Визначальними чинниками мотивації покупців стають інформованість, етика, висока мораль, турбота про своє здоров’я та довкілля. Звичайно, ціна також має значення, але ще більше значення вона має для деяких не обтяжених етикою та мораллю підприємців, які застосовують схожі дизайни пакування, написи, логотипи з тим, щоб ввести в оману покупців і продати їм звичайні продукти за цінами органічних. Очевидно, що такі дії загрожують не лише добросовісним виробникам, залишаючи їх без частини доходів. Але і через втрату лояльності покупців, які не побачили різниці між традиційною продукцією та органічною, уповільнюється зростання ринку органічної продукції.

З метою запобігти цьому та сприяти розвитку структурованого ринку органічної продукції завдань спрямований Закон України “Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції” [22], проект якого подано на розгляд та затвердження до Верховної Ради України наприкінці листопаду 2016 р. Даний проект передбачає платну сертифікацію органічного виробництва і відповідальність за введення до обігу та реалізацію продукції, яка не відповідає вимогам законодавства у сфері органічного виробництва. Зокрема, її забороняється позначати державним логотипом для органічної продукції та написами “органічний”, “біодинамічний”, “біологічний”, “екологічний”, “органік”, “натуральний” і будь-якими однокореневими

похідними від цих слів з префіксами “біо”, “еко” тощо будь-якими мовами [22]. Втім, очевидно є і відсталість окремих положень законопроекту від сучасних реалій. Так, наприклад, згідно до п. 2 ст. 14 даного законопроекту [22] в процесі органічного виробництва забороняється використовувати гідропонні методи. А от щодо аеропоніки не лише відсутні жодні обмеження, але навіть і в тексті нема жодної згадки. Але ж ця технологія відома із середини минулого століття [23], а в наші дні — навіть використовується в космосі [24]?! І від органічного виробництва вона знаходиться так же далеко, як і гідропоніка.

Становленню ринку органічної продукції та сировини в Україні, формуванню лояльності впевненості вітчизняних та закордонних споживачів щодо продуктів та сировини, маркованих як органічні, сприяє формування відповідних державних політик. Важливим кроком в цьому напрямку є формування і ведення реєстру виробників органічної продукції (сировини), яке здійснюється Державною службою України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів [19]. Офіційна інформація державних установ про виробників та переробників органічної продукції (сировини) стає доступнішою. Це сприяє підвищенню інформованості як потенційних споживачів, так і виробників органічної продукції, одночасно стимулюючи як попит, так і пропозицію. Разом із тим, Державна служба статистики України залишається осторонь від питань розвитку органічного виробництва: вони і досі не знайшли відображення в офіційній інформації цього відомства, доступній для широкого загалу. Така несистемність, прогалини в законодавчій базі спричиняють проблеми. В переліку найбільш актуальних знаходяться питання інформованості, маркування органічної продукції, контролю відповідності органічної продукції встановленим параметрам якості, запобігання проявам недобросовісної конкуренції та введення покупців в оману. Це лягає додатковим тягарем на маркетингові бюджети добросовісних виробників, створює підґрунтя для недобросовісної конкуренції, знижує лояльність вітчизняних покупців та формує негативне ставлення до української продукції на міжнародних ринках.

Гострим питанням для операторів залишається сертифікація органічної продукції, що готується на експорт. Для вітчизняних підприємств вартість цих послуг є високою, оскільки в більшості випадків лабораторні аналізи проводяться за кордоном, а в разі коли виникають проблеми з логістикою, органічні оператори мають нести повторні витрати на проведення додаткових лабораторних досліджень. Ускладняється міжнародна діяльність органічних операторів і через неузгоджені

процедури експорту з різними країнами ЄС, особливості регуляторної й законодавчої систем, митних процедур, культурні відмінності, недосконалі механізми встановлення квот на продукцію.

Специфічною ознакою екосистеми ринку органічної продукції є високі вимоги до моралі, етики, поінформованості споживачів і виробників. Важливим напрямом її розбудови є робота в інформаційній площині. Цьому сприяє поширення спеціалізованих семінарів, конференцій, днів поля, виставково-ярмаркових заходів, що дозволяє поділитися досвідом, отримати консультації та інформацію про послуги, провести різні промоційні заходи щодо популяризації органічної продукції, допомагає знайти покупців, в тому числі - закордонних.

Одним з таких заходів є щорічна спеціалізована виставка-ярмарок органічних продуктів і технологій “Organik”, що проводиться у рамках Міжнародної виставки “Агро” на території Національного комплексу “Експоцентр України”. У 2016 році участь в ній прийняли понад 30 сертифікованих органічних виробників з усіх куточків України, зокрема ТОВ “Organic Milk” (Житомирська область), ПП “Агроекологія” (Полтавська область), ФГ “Тізеш” (Закарпатська область), ФГ “Перлина струмка” (Одеська область), ФСГ “Золотий Пармен” (Чернігівська область), ТМ “Терра” (Харківська область) та ін. Організаторами виставки виступають Федерація органічного руху України та Міністерство аграрної політики та продовольства України, за підтримки Швейцарської Конфедерації у рамках Проекту «Розвиток органічного ринку в Україні», що впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) [25].

Відомою в усьому світі міжнародною виставкою органічних харчових продуктів є виставка “Biofach”. Так, в лютому 2017 року вже в четвертий раз у виставковому центрі міста Нюрнберг (Німеччина) представлений Національний павільйон України. В роботі виставки свою продукцію представляють дванадцять українських підприємств, серед яких ТОВ Агрофірма «Поле» (Черкаська область), ПП “Галекс-Агро” (Житомирська область), ПП “Граніт-Агро” (Полтавська область), ТОВ “Рівне холод” (м. Рівне), ПрАт “ЕтноПродукт” (Чернігівська область), ПП “Науково-виробнича фірма “Еліт-Фіто” (м. Івано-Франківськ), ПП «Наукова селекційно-насінницька фірма «Соевий вік» (м. Кіровоград), ТОВ “Адоніс-Люкс” (Запорізька область), ТОВ “Цефей Груп” корпорації «Сварог Вест Груп» (Житомирська область), ТОВ “Органік Стандарт” (м. Київ), ТОВ “Лілак” (Вінницька обл.) і ПП “Агроекологія” (Полтавська область) [26].

Як бачимо, позитивна динаміка в інформаційному полі є очевидною. Разом із тим, потребує вирішення питання підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, кваліфікаційні вимоги до яких є високими. Необхідно підвищувати рівень обізнаності керівників та фахівців сільськогосподарських підприємств з питань впровадження органічних технологій виробництва сільськогосподарської продукції, раціонального використання природних ресурсів, забезпечення їх належного використання та відтворення, довгострокового підтримання родючості ґрунту, використання живих організмів та методів механічного виробництва, використання у сільськогосподарському виробництві технологічних прийомів, узгоджених із принципами сталого розвитку, мінімізації шкоди навколишньому природному середовищу, рослинам та тваринам, загроз здоров'ю та якістю життя людей.

Висновки. Розвиток як світового так і вітчизняного ринку органічної продукції значною мірою відбувається по шляху реструктуризації, коли зростання споживання органічного продовольства здійснюється за рахунок відмови споживача від традиційних продуктів. Це несе сільськогосподарським підприємствам загрози і одночасно розкриває перед ними нові можливості. Адже за таких умов традиційний ринок згортатиметься. Разом із тим, вищі ціни на органічну продукцію означають зростання ринку навіть за умов, коли у фізичному обсягу продажі залишаться незмінними або навіть дещо зменшаться. Отже, орієнтація виробництва на органічний напрям є для сільськогосподарських виробників перспективною і має розглядатись в комплексі заходів, спрямованих на забезпечення економічної ефективності сільськогосподарських підприємств та її підвищення.

В міжнародному аспекті потребує розв'язання проблема гармонізації вітчизняних нормативів із нормативним полем країн — потенційних потужних імпортерів органічної продукції. Це, насамперед, ЄС. Такі заходи не лише спростять процедури експорту і зменшать відповідні витрати, що сформує конкурентні переваги вітчизняним виробникам, але і, через посилення довіри та лояльності споживачів, сприятимуть зростанню місцевого попиту. Що, у свою чергу, забезпечує економічне зростання місцевих сільськогосподарських товаровиробників, формуючи рекурсивний, кумулятивний характер позитивних змін і їх відповідність принципам сталого розвитку.

Бібліографічний список: 1. Антоненко С.С. Органічне землеробство: з досвіду ПП “Агроекологія” Шишацького району Полтавської області.

Практичні рекомендації / С.С. Антоненко та ін. – Полтава: РВВ ПДАА, 2010. – 200 с. 2. Артиш В.І. Удосконалення управління виробництва органічної продукції / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2013. – № 6. – С. 28-31. 3. Артиш В.І. Виробництво органічної продукції в країнах Європейського Союзу / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2014. – № 2. – С. 93-96. 4. Зінчук Т.О. Європейська інтеграція: проблеми адаптації аграрного сектора економіки: монографія / Т.О. Зінчук. – Житомир: ДВНЗ "Державний агроєкологічний університет", 2008. – 384 с. 5. Легеза Д.Г. Розвиток аграрного сектору України у сфері зовнішньої торгівлі / Д.Г. Легеза // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2010, Вип. 2. – С. 438-445. 6. Скидан О.В. Регіональні особливості реалізації аграрної політики / О.В. Скидан, Т.О. Зінчук // Ефективна економіка. – 2010. – № 11. 7. Шубравська О.В. Сільськогосподарське виробництво України: нові можливості та виклики розвитку / О.В. Шубравська // Економіка України. – 2015. – № 5 (642). – С. 40-51. 8. Шумейко О. Органічне агровиробництво України: тенденції розвитку та виклики інституціонального забезпечення / О. Шумейко // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2016, Вип. 2. – С. 33-42. 9. Органік в Україні. Федерація органічного руху України: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>. 10. В Украине бум органического производства // Organic news: Интернет-издание [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://organic-news.com/v-ukraine-bum-organicheskogo-proizvodstva/>. 11. Органическое агропроизводство: почему в Украине на этом не делают бизнес? // Organic news: Интернет-издание [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://organic-news.com/organicheskoe-agroproizvodstvo-pochemu-v-ukraine-na-e-tom-ne-delayut-biznes/#more-1632>. 12. Гладченко К. Процедури експорту органічних продуктів / К. Гладченко, Т. Ріхтер. – Київ: FiBL, 2014. – 79 с. 13. Стосовно органічного виробництва і маркування органічних продуктів, та скасування Постанови (ЄС) №2092/91: Постанова Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 р. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/es>. 14. Детальні правила щодо органічного виробництва, маркування і контролю для впровадження Постанови Ради (ЄС) №834/2007 стосовно органічного виробництва і маркування органічних продуктів: Постанова комісії (ЄС) №889/2008 від 5 вересня 2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/es>. 15. Урбан І. Можливості державної підтримки для розвитку органічного сільського господарства:

Досвід інших країн / І. Урбан та ін. – Київ: FiBL, 2013. – 122 с. 16. Коротко про органік. Факти [Електронний ресурс], 2016. – 4 с. – Режим доступу: http://www.gue.gov.ua/rozv_runky/organic_about.PDF. 17. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства на період до 2020 року. – За ред. В.Я. Месель-Веселяка та Ю.О. Лупенка. – Київ: ННЦ “ІАЕ”, 2012. – 182 с. 18. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: Закон України// Відомості Верховної Ради України: офіц. вид. – 2014, № 20-21. – С. 1641. 19. Про затвердження Порядку ведення Реєстру виробників органічної продукції (сировини): Постанова Кабінету Міністрів України // Урядовий кур'єр: офіц. вид. – 2016, № 153. 20. Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) тваринного походження: Постанова Кабінету Міністрів України// Урядовий кур'єр: офіц. вид. – 2016, № 71. 21. Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) бджільництва: Постанова Кабінету Міністрів України// Урядовий кур'єр: офіц. вид. – 2016. – № 68. 22. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції: Проект Закону України // Верховна Рада України: Офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=60576. 23. Carter W.A. A method of growing plants in water vapor to facilitate examination of roots / W. A. Carter // *Phytopathology*.- 1942, vol. 732.- P. 623-625. 24. Progressive Plant Growing Has Business Blooming// *Environmental and Agricultural Resources NASA Spinoff*. – 2006. – P. 68-72. 25. Organic 2016 // Проект «Розвиток органічного сектору в Україні шляхом поглиблення кооперації учасників органічного руху»: Веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://organic.ua/uk/component/content/article/12-ukrnews/4076-organic-2016>. 26. На органический выставке БиоФаж 2017 Украину будут представлять двенадцать компаний [Електронний ресурс]// *Organic news: Интернет-издание*. – Режим доступу: <http://organic-news.com/na-organicheskij-vystavke-biofah-2017-ukrainu-budut-predstavlyat-dvenadtsat-kompanij/>

А.И. Литвинов Органическая продукция: проблемы рынка и перспективы для производителей. Стаття посвящена проблемам формирования рынка органической продукции и обозначению перспектив развития на нем для ее производителей. Указано, что увеличение рынка органического продовольствия будет происходить за счет реструктуризации к нему части спроса покупателей традиционных

продуктов питания. Это формирует возможности для экономического роста тем сельскохозяйственным предприятиям, которые смогут ответить на этот вызов. Решение проблемы гармонизации местных нормативов, которые касаются производства органической продукции с соответствующими нормативами ЕС обеспечит тесную интеграцию отечественных производителей в систему международного экономического сотрудничества, что также является мощным резервом повышения их эффективности.

Ключевые слова: органическая продукция, рынок, развитие, устойчивое развитие, сельское хозяйство, сельскохозяйственное предприятие, экономика, экономическая интеграция.

A.I. Litvinov Organic products: problems of market and prospects for manufacturers. The paper is devoted to the problems of developing the organic products market and outlining the prospects for the organic products manufacturers on such market. It has been substantiated that the growth of the organic products market originates from restructuring of a part of demand from the market of traditional products due to the fact that those are substitutes. Under the circumstances of decreasing population restructuring the demand to a more expensive segment is a mean of securing the market volume in the dimension of money when its physical dimension is shrinking. Such situation brings new opportunities for those agricultural manufacturers who are capable of taking this challenge. Other important problem for domestic organic products manufacturers is somewhat incoherent regulations. Solving the problem of harmonization of local regulations of organic products manufacturing with corresponding EU regulations would allow a close integration of domestic manufacturers into the system of international economic cooperation which is a large reserve for improving their efficiency.

Key words: organic products, market, development, sustainable development, agriculture, farming, agricultural enterprise, economics, economic integration.

Стаття надійшла до редакції 21.01.2017 р.