

3. Henry J.R. An Overview of the Phytoremediation of Lead and Mercury [Електронний ресурс] / J.R. Henry. — Washington: U.S. Environmental Protection Agency, Office of Solid Waste and Emergency Response, Technology Innovation office. — 2000. — Режим доступу: <http://www.clu-in.org>.
4. Chappell J. Phytoremediation of TCE using Populus: Status Report [Електронний ресурс] / J. Chappell. — Washington: U.S. Environmental Protection Agency, Technology Innovation Office. — 1997. — Режим доступу: <http://www.clu-in.com/phytoTCE.htm>.
5. Electrokinetic and Phytoremediation In Situ Treatment of Metal-Contaminated Soil: State-of-the-Practice, EPA/542/R-00/XXX [Електронний ресурс]. — Washington: US Environmental Protection Agency, Office of Solid Waste and Emergency Response, Technology Innovation Office. — 2000. — Режим доступу: <http://www.clu-in.org>.
15. Introduction to Phytoremediation, EPA 600/R-99/107 [Електронний ресурс]. — Cincinnati: U.S. Environmental Protection Agency, Office of Research and Development. — 2000. — Режим доступу: <http://www.clu-in.org>.
6. CalTOX model description — 1993. — Режим доступу: <http://www.dtsc.ca.gov/AssessingRisk/upload/techman1-2.pdf> — Назва з екрану.
7. Моклячук О. Модель екологічного ризику забруднення ґрунтів стійкими хлорорганічними пестицидами / О Моклячук, Т. Моклячук, В. Монарх. // Тези міжнар. наук.-практ. конференції «Екологічна безпека та збалансоване природокористування в агропромисловому виробництві». — 2013 — С. 115–117.
8. Проданчук М.Г. Модельні методичні підходи до токсиколого-гігієнічної оцінки небезпеки та прогнозу ситуаційного ризику щодо формування асортименту і обсягів застосування пестицидів в сільському господарстві України / М.Г. Проданчук, В.І. Великий, Ю.А. Кучак // Современные проблемы токсикологии. — 2001. — № 4. — С. 43–46.
9. Проданчук М.Г. Методологічні підходи до оперативної екогігієнічної оцінки асортименту та обсягів застосування пестицидів в сільському господарстві України / М.Г. Проданчук, В.І. Великий, Ю.А. Кучак // Довкілля та здоров'я. — 2003. — № 1. — С. 75–78.
10. Проданчук М.Г. Теоретично-прикладне обґрунтування скорочення обсягів застосування пестицидів з високим ситуаційним ризиком небезпеки на стадії попереджувального санітарно-гігієнічного нагляду / М.Г. Проданчук, В.І. Великий, Ю.А. Кучак // Проблеми харчування. — 2004. — №3. — С. 12–16.

УДК 338.439.52 : 631.147

## ДОСТУПНІСТЬ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНДИКАТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНИМИ ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ

Є.В. Гаваза  
аспірант

ННЦ «Інститут аграрної економіки НААН»

*Проаналізовано рівень доступності органічної продовольчої продукції для кінцевого споживача в Україні з позицій наявності та близькості місця продажу, пропонованого асортименту та ціни. Здійснено порівняння закупівельних та роздрібних цін на органічну та традиційну продукцію. Обґрунтовано напрями підвищення доступності органічної продукції.*

**Ключові слова:** органічна продукція, ринок органічної продукції, доступність, асортимент, ціна.

Сучасний стан розвитку соціально-економічних процесів потребує підвищення рівня продовольчої безпеки держави, зокрема забезпечення населення високоякісними, екологічно безпечними продуктами харчування вітчизняного виробництва. На світовому ринку сільськогосподарської продукції та продовольства постійно зростає частка органічної продукції,

удосконалюються технології виробництва, формується ринкова інфраструктура, забезпечується державна підтримка. Зростання виробництва органічної продукції якісно поліпшує ринок сільськогосподарської продукції та продовольства, гарантує захист від потрапляння в організм залишків пестицидів, стимуля-торів

росту, ГМ-компонентів та інших небезпечних речовин у разі споживання такої продукції.

Дослідження вітчизняного та світового ринку органічної продукції відображені в працях таких вчених-економістів: В.І. Артиш, Р.М. Безус, Н.В. Бородачева, Х. Віллер, Я.В. Горчаков, Д.В. Горшков, Т.Г. Дудар, Т.О. Зайчук, Н.В. Зіновчук, Л. Кілчер, М.І. Кобець, А.Ю. Мазурова, Є.В. Милованов, В.В. Писаренко, О.В. Рудницька, А. Сахота, М.М. Федоров, О.В. Хомаківська, А.В. Ходус, К. Холгер, О.В. Шубравська, М. Юсефі та ін. Однак питання розвитку ринку органічної продукції потребують подальших наукових досліджень щодо його удосконалення, зокрема і з позиції забезпечення доступності органічної продукції для споживачів, що зумовило вибір теми статті.

Метою статті є оцінювання доступності органічної продукції в Україні та обґрунтування шляхів її підвищення задля забезпечення споживачів екологічно безпечним продовольством.

За даними досліджень вітчизняних науковців, в Україні вже сформувався коло споживачів, готових купувати органічну продукцію, що відрізняється з-поміж іншої вищим рівнем безпечності. Більшість при цьому відносять до потенційних споживачів органічної продукції людей освічених, з високою купівельною спроможністю, тих, хто піклується про власне здоров'я та здоров'я своїх дітей [2, 5–7].

Однак якщо люди в опитуваннях проявляють значну зацікавленість та бажання купувати органічну продукцію, то це ще не означає, що вони будуть робити це на практиці [1, с. 143; 3, с. 66]. Крім психологічних причин стримування споживача до купівлі, однією з найбільш визначальних є доступність продукції на ринку, що визначається віддаленістю розташування місця продажу, широтою вибору продукції (асортиментом) та ціною.

Кількість точок продажу останніми роками збільшилась досить суттєво. Якщо раніше органічну продукцію можна було придбати в лічених магазинах столиці, то зараз вона реалізується в обласних, а окремі її види — в районних центрах. Органічну продукцію можна побачити не лише в спеціалізованих магазинах, а й у звичайних супермаркетах, її можна замовити в інтернет-магазинах, придбати на виставках, ярмарках, фестивалях. За недостатньої пропозиції часто реалізація органічної продукції носить фрагментарний характер, навіть у спеціалізованих магазинах, де значну частку становить продукція, що позиціонується як натуральна, екологічно безпечна, природна тощо. Багато органічної продукції імпортується з інших країн.

На сьогоднішній день органічні продукти реалізуються в таких спеціалізованих магазинах: «Natur Boutique» «Натур Бутік», «Еко-Шик», «Delight», ТД «Органік Ера», «Glossary» та ін. Серед супермаркетів слід назвати «МегаМаркет», «Білла», «Сільпо», «METRO», «Вест Лайн», «Чумацький шлях», «Фуршет», «Шереметьєв», «Край», «Кантрі Лайф», «Good Wine». Найпопулярнішими інтернет-магазинами є «Терра Органіка», «Есо Club», «Еко Ідея», «Organic Food», «Milk Shop», «Органік Світ», «Комора», «Екомагазин» та «Царський Садовник». Тут, як і в спеціалізованих магазинах, переважну частину асортименту становить не органічна, а інша, так звана «екофільна» продукція.

В Україні можна придбати продукцію таких вітчизняних торгових марок, як «Пан Еко» (соки, джеми, повидла, сиропи), «Етно-Продукт» (м'ясо, молочна продукція, мед), «Хлібіо», «Екохліб», «Рось», «Тарасівка» (хліб та хлібобулочні вироби), «Чиста Флора» (м'ясна та консервована продукція), «Жменька», «Тотем-Колос», «Агрофірма Поле», «Мак-Вар Екопродукт», «Добродія» (крупи, пластівці, борошно, макаронні вироби), «Аверса-Україна» (молочна продукція), «Царський Садовник» (овочі, зелень), «Галка» (кава), «Гевал», «Медова скарбниця» (мед, продукція бджільництва), «Сладов», «Стевіасан», «Солодко» (цукор та цукрозаїни), «Харків Натурпродукт», «СадЕко» (олії), «Фруталіна», «Телець» (сухофрукти, горіхи) та ін. (табл. 1).

Найбільшим попитом користуються такі категорії органічної продукції, як дитяче харчування, соки, м'ясо, молочні продукти, свіжі овочі й фрукти, крупи та макаронні вироби. Найширше представлені в торговельній мережі дитяче харчування, крупи, пластівці та макаронні вироби, борошно, хлібобулочні вироби, мед, варення, повидла, джеми, сиропи, молочна продукція, м'ясо та м'ясні вироби, приправи, фрукти, ягоди, соки, гриби, чай, кава, сухофрукти та горіхи.

Торговельні мережі готові й надалі розширювати пропозицію органічної продукції. З часом усе більший пріоритет надаватиметься вітчизняним продуктам завдяки зростаючому внутрішньому виробництву та більш прийнятній ціні порівняно з імпортованою. Щодо розстановки органічної продукції в торгових точках, то її розміщують поряд з традиційною, іноді спеціально виділяючи її як органічну. Окремих відділів поки що немає, зважаючи на різницю температурних режимів для різних категорій продуктів та малі партії органічної продукції. Значну увагу при цьому слід приділяти маркуванню органічних продуктів.

Таблиця 1

**Асортимент та торгові марки органічної продукції, представленої на внутрішньому ринку**

Асортиментна група	Вітчизняні виробники	Іноземні виробники
Хліб та хлібобулочні вироби	Екохліб, Укрекохліб, Рось, Тарасівка, Хлібіо	Ведрусса (Росія)
М'ясо та м'ясопродукти	ЕтноПродукт, Чиста Флора, Тарасівна, Булавка	
Молоко та молокопродукти	ЕтноПродукт, Аверса-Україна, Тарасівна, Старий Порицьк	Fromages d'Elise (Франція), Ведрусса (Росія), Лакта-Сервіс (Болгарія)
Свіжі овочі, фрукти, ягоди	Царський Садовник, ЕтноПродукт, Мельник, Яблонська, Чистий продукт-С	Arosis (Греція)
Крупи, пластівці, борошно	Тотем-Колос, Жменька, Геркулес, Добродія, ЕтноПродукт, Агроекологія, Агрофірма Поле, Мак-Вар Екопродукт, Натур-Еко РостокPRO, Садеко, Тарасівка	Ярмарка, Самарський Здоров'як (Росія), Bio Planet (Польща)
Макаронні вироби	Тотем-Колос, Мак-Вар Екопродукт	Casa Rinaldi (Італія), De Cesso (Італія)
Кондитерські вироби	Стевіасан	GEPA, Vivani (Німеччина), Green&Black's (Англія)
Соки, безалкогольні напої	Пан Еко	KULA (Грузія)
Горіхи, сухофрукти	Пан Еко, Телець, Фруталіна	
Джеми, повидла, сиропи	Пан Еко	
Олії	Харків Натурпродукт, СадЕко, ПП Біговал	Ярмарка (Росія), Basso Fedele & Figli Srl, Casa Rinaldi (Італія)
Консервована продукція	Чиста Флора	Casa Rinaldi (Італія)
Мед, продукція бджільництва	Гевал, ЕтноПродукт, Медова Скарбниця, Пан Еко, Екород	
Цукор, цукрозамінники	Сладов, Стевіасан, Солодко	
Чай, кава	Фітосвіт, Чаї Криму, Чиста Флора, Галка	Adanim (Ізраїль), Clipper Teas Ltd. (Англія) La Semeuse (Швейцарія), Destination (Франція), Камосім (Бразилія)
Спеції, приправи, соуси, сіль		KULA (Грузія), Ortalli SRL, Salute di Mare (Італія)
Дитяче харчування		KULA (Грузія), НіPP (Угорщина)

Джерело: власні дослідження.

Етикетка обов'язково повинна містити надпис «Органічний продукт» та відповідне графічне зображення. Крім того, мають вказуватися стандарти, відповідно до яких — сертифікована продукція, місцевість, країна-виробник, склад продукту та термін придатності.

Таким чином, наявність магазинів та асортимент органічної продукції вже достатньо широкі, хоч і потребують подальшого розвитку. За даними Федерації органічного руху України, на вітчизняному ринку можна придбати

всі продукти борщового набору органічного виробництва [9].

Ціни, за якими виробники реалізують органічну продукцію, мало відрізняються від цін на продукцію традиційну (табл. 2).

На деякі види органічної продукції ціна вища, а на інші — нижча, ніж на традиційні, хоча в середньому істотно не відрізняється. В 2012 р. найбільше перевищувала ціну традиційної продукції ціна цукрових буряків органічного виробництва (53,0%), жита (19,2%) та вівса

Таблиця 2

## Співвідношення цін реалізації органічної та традиційної продукції сільськогосподарськими підприємствами в Україні

Вид продукції	Традиційна продукція, грн/ц			Органічна продукція, грн/ц			Органічна до традиційної, %		
	Роки								
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Пшениця	109,1	132,7	155,0	132,0	159,2	169,4	121,0	120,0	109,3
Жито	79,0	129,8	132,6	93,2	144,6	158,1	118,0	111,4	119,2
Кукурудза	124,2	135,4	152,1	90,1	128,7	145,8	72,5	95,1	95,9
Ячмінь	95,7	134,4	158,2	85,5	127,7	149,2	89,3	95,0	94,3
Овес	76,3	157,0	151,6	101,7	157,8	167,5	133,3	100,5	110,5
Насіння соняшнику	302,8	322,5	359,1	292,9	305,7	353,0	96,7	94,8	98,3
Соя	260,5	291,8	343,5	233,3	299,4	349,2	89,6	102,6	101,7
Цукрові буряки	48,7	51,9	43,0	63,6	79,4	65,4	130,6	153,0	152,1
ВРХ (у живій вазі)	896,1	1196,7	1236,9	887,7	1103,2	1194,8	99,1	92,2	96,6
Свині (у живій вазі)	1220,4	1364,8	1594,1	1142,5	1472,3	1530,1	93,6	107,9	96,0
Молоко	269,8	313,1	272,7	168,7	297,0	288,5	62,5	94,9	105,8
Мед	2096,7	2329,6	2151,7	1856,2	2149,6	2203,7	88,5	92,3	102,4

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України та ТОВ «Органік Стандарт».

(10,5 %). Найбільші відхилення в бік зменшення ціни органічної продукції спостерігалися за такими видами продукції, як ячмінь (5,7 %), кукурудза (4,1 %) та свині у живій вазі (4,0 %).

За таких умов можна говорити і про цінову доступність органічної продукції для споживача, якби не некоректні націнки торговельних мереж та посередників. Ціна на органічні продукти в торговельних мережах України нині сильно завищена. Якщо за кордоном націнка залежно від виду продукції становить 15–30 %, то в Україні ціна органічної продукції перевищує ціну традиційної продукції в декілька разів (табл. 3).

Водночас через ціновий диктат переробних підприємств і трейдерів страждають органічні виробники оскільки недоотримують значної суми коштів внаслідок реалізації органічної продукції за цінами традиційної. Таким чином, основна частка прибутку залишається в посередників, з одного боку, гальмуючи розвиток органічного виробництва, а з іншого — позбавляючи споживачів можливості купувати продукцію за прийнятними для них цінами. Утворюється замкнуте коло: нові виробники не хочуть переходити на органічні технології, бо не бачать перспективи достатнього рівня рентабельності, виробництво залишається невисоким. За цих умов не відбувається «ефекту

масштабу», коли ціна знижується паралельно зростанню обсягів виробництва.

Найменший рівень перевищення ціни органічної продукції порівняно з традиційною (до 2-х разів) спостерігається за такими продуктами, як кролятина, сало, курячі яйця, апельсини та вівсяні пластівці. Ще 10 аналізованих продуктів знаходяться в ціновому коридорі в 2–3 рази, 13 продуктів — в 3–4 рази вищому. 11 продуктів органічного виробництва перевищують ціну традиційних у 4 рази та більше. Зокрема, найвище співвідношення в цінах зафіксовано по таких продуктах, як хліб пшеничний та рис (в 6 разів більше), буряки столові, капуста (в 7 разів більше) та цукор-пісок (в 12,5 рази більше).

Порівняємо цінову ситуацію на прикладі готової страви, що найбільш повно відображає ціни на окремі продукти та дає змогу побачити вартість кінцевого продукту. Український борщ за традиційною рецептурою включає набір овочів, м'яса, сметани та інших інгредієнтів — усього 18 позицій. Цю страву вибрано не випадково, адже вона є індикатором цін сукупності найбільш вживаних продуктів, а традиції споживання борщу в Україні є давніми та міцними (табл. 4).

Вартість приготування 1 л борщу з традиційних продуктів становить 23,63, а з ор-

Таблиця 3

## Співвідношення роздрібних цін на традиційну та органічну продукцію в Україні

Станом на лютий 2014 р.

Вид продукції	Ціна на продукцію, грн/кг		Відношення ціни органічної продукції до традиційної
	Традиційна продукція	Органічна продукція	
Кролятина	72,0	99,8	138,5 %
Сало	50,0	75,0	150,0 %
Яйця курячі, 10 шт.	16,0	25,6	159,8 %
Апельсини	18,0	30,4	168,9 %
Пластівці вівсяні	24,0	46,2	192,7 %
Помідори	30,0	61,3	в 2,0 р.б.*
Мед, 1 л	80,0	170,5	в 2,1 р.б.
Горох	9,4	20,7	в 2,2 р.б.
Молоко, 1 л	9,0	20,1	в 2,2 р.б.
Яблука	9,0	21,0	в 2,3 р.б.
Ковбаса копчена	70,0	192,9	в 2,8 р.б.
Свинина (вирізка)	63,6	175,0	в 2,8 р.б.
Часник	22,0	64,0	в 2,9 р.б.
Сметана 20 %, 1 л	30,0	86,8	в 2,9 р.б.
Яловичина (лопатка)	65,0	195,7	в 3,0 р.б.
Макарони з твердої пшениці	24,0	72,0	в 3,0 р.б.
Ячмінна крупа	7,5	22,5	в 3,0 р.б.
Зелена цибуля	60,0	185,6	в 3,1 р.б.
Масло	80,0	251,6	в 3,1 р.б.
Цибуля ріпчаста	6,5	20,7	в 3,2 р.б.
Сардельки варені	60,0	199,0	в 3,3 р.б.
Курятина	24,6	80,0	в 3,3 р.б.
Кефір, 1 л	12,0	41,0	в 3,4 р.б.
Картопля	5,6	19,8	в 3,5 р.б.
Борошно пшеничне	5,5	19,0	в 3,5 р.б.
Сік яблучний, 1 л	9,4	34,3	в 3,7 р.б.
Петрушка	70,0	270,2	в 3,9 р.б.
Чай чорний	150,0	650,0	в 4,3 р.б.
Соняшникова олія, 1 л	14,5	62,4	в 4,3 р.б.
Пшоно	5,0	22,1	в 4,4 р.б.
Гречана крупа	9,0	49,0	в 5,4 р.б.
Морква	3,5	20,4	в 5,8 р.б.
Рис	15,0	92,7	в 6,2 р.б.
Хліб пшеничний	6,1	38,6	в 6,3 р.б.
Буряк столовий	3,5	24,7	в 7,0 р.б.
Цукор-пісок	8,1	101,5	в 12,5 р.б.

\* — в раз більше.

Джерело: сформовано за [4, 8, 10–13].

Таблиця 4

**Порівняння вартості 1 л борщу, приготовленого з продуктів традиційного та органічного виробництва**

Станом на лютий 2014 р.

Продукти	Кількість продуктів для приготування 1 л борщу, г	Вартість, грн	
		Традиційні інгредієнти	Органічні інгредієнти
Капуста	350	1,47	6,20
Буряк столовий	250	0,88	6,18
Морква	50	0,18	1,02
Цибуля ріпчаста	120	0,78	2,48
Томатна паста	75	1,60	3,29
Картопля	200	1,12	3,96
Корінь петрушки	20	1,00	1,84
Перець солодкий	150	4,65	12,00
Часник	20	0,44	1,28
Кріп, петрушка	20	1,40	5,40
Квасоля	100	2,05	6,10
М'ясо свиняче	100	6,36	17,50
Олія соняшникова	40	0,58	2,50
Цукор	10	0,08	1,02
Оцет 3 %	10	0,07	0,94
Сметана	15	0,45	1,30
Борошно пшеничне	6	0,03	0,11
Сало-шпик	10	0,50	0,75
Вартість набору	—	23,63	73,86

Джерело: Розраховано за [4, 8, 10–13].

ганічних — 73,86 грн, що більше в 3,12 раза. Тому наявність у місцях продажу органічної продукції та її достатній асортимент ще не робить цю продукцію доступною для споживача, адже за невисокої купівельної спроможності його стримують високі ціни.

### ВИСНОВКИ

Ситуація, за якої склалася суттєва різниця між оптово-відпускними цінами на сировину сільськогосподарську продукцію органічного виробництва і роздрібними цінами на кінцеву (товарну) продукцію, була спричинена відсутністю законодавства та належно налагоджених ринкових механізмів. Хоча Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» вже вступив у дію, однак ринкові механізми на досліджуваному ринку залишаються недосконалими. Щоб зменшити цінові невідповідності,

необхідно розробити та практично застосувати єдину методику формування ціни на органічну продукцію.

Для поліпшення ситуації на ринку та збільшення доступності органічної продукції, зокрема за ціновим параметром, потрібно створити належне конкурентне середовище та впровадити дієвий механізм ціноутворення, тобто забезпечити розбудову інфраструктури, налагодити процес збуту з мінімізацією посередницького впливу та спекулятивних надбавок, розробити єдину методику формування ціни та впровадити науково обґрунтовані націнки на органічну продукцію. Націнки повинні забезпечувати виробникам не меншу прибутковість з одиниці площі, ніж за традиційного виробництва і водночас бути максимально доступними для споживачів. Тому вдосконалення інфраструктури та цінового механізму на ринку органічної продукції

буде предметом подальших наукових досліджень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Екологічний маркетинг: навч. посібник / [Вічевич А.М., Вайданич Т.В., Дідович І.І., Дідович А.П.]. — Львів: УкрДЛТУ, 2002. — 248 с.
2. Зайчук Т.О. Розвиток ринку органічних продуктів харчування як напрям підвищення конкурентоспроможності української економіки в умовах євроінтеграції / Т.О. Зайчук // Вісник Сумськ. НАУ. Серія «Економіка і менеджмент» — 2011. — Вип. 6/2. — С. 106–112.
3. Кьостер У. Основи аналізу аграрного ринку / У. Кьостер / наук. ред. пер. О. Нів'євський. — К.: Вид-во АДЕФ-Україна, 2012. — 486 с.
4. Комора. Інтернет-магазин здорового харчування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://e-komora.uaprom.net/>
5. Рудницька О.В. Визначення цільового споживача органічної продукції в Україні за допомогою інструментів сегментації / О.В. Рудницька // Агроінком. — 2006. — № 7–8. — С. 17–20.
6. Чайка Т.О. Земельно-ресурсний потенціал органічного виробництва в Україні / Т.О. Чайка // Вісник Харків. НАУ. Серія «Економічні науки» — 2011. — № 12. — С. 323–330.
7. Яценко О.М. Формування попиту на органічну продукцію на агропродовольчому ринку / О.М. Яценко, Ю.С. Завадська // Інноваційна економіка. — 2010. — № 3 (17). — С. 204–208.
8. Органические и натуральные продукты питания. Екошик [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ecochic.com.ua>
9. Органический «борщевой набор» можно купить и в Украине [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrinform.ua>
10. Органік Світ. Органічні продукти харчування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://organic-svit.dp.ua>
11. Торговий дім «Органік Ера». Ціни на органічні продукти харчування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.organicera.com.ua>
12. Natur Boutique. Магазин органічних продуктів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.natur-boutique.ua>
13. Terra Organica. Магазин органічної та натуральної продукції [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.terraorganica.com.ua>

## Новини

### Новини

## Новини • Новини • Новини

### ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РИНКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗА ЕКОЛОГІЧНОЮ ТА ОРГАНІЧНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

22 квітня 2014 року в приміщенні Київського національного торговельно-економічного університету відбулось засідання «круглого столу», на якому розглядалися питання необхідності підвищення ефективності державного ринкового нагляду (контролю) за екологічною та органічною продукцією, що реалізовується на українському ринку. На порядку денному обговорювались питання ролі сталого споживання у підвищенні стандартів якості життя, пріоритетні питання у сфері прав споживачів і формування ринку сталого споживання. Були підняті та обговорені питання екологічних (органічних) продуктів та методів їх ідентифікації (нормативно-правове регулювання в Україні та країнах ЄС). Присутніх зацікавила доступність для українських виробників екологічних та органічних стандартів і процедур підтвердження відповідності, та питання, які саме знаки екологічного (органічного) маркування є надійними.

Результатом проведення цього «круглого столу», стало консолідоване рішення учасників про необхідність підвищення ефективності державного ринкового нагляду за екологічною та органічною продукцією, що реалізовується в Україні, та спільних чітко скоординованих дій у цьому напрямку.