

ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ САДІВНИЦТВА У СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Н.В. ВАСИЛЬЧЕНКО, науковий співробітник
Сумська дослідна станція садівництва (СДСС) ІС НААН України,
с. Малий Самбір, вул. Центральна, 1а,
e-mail: wkonr@ukr.net

Проаналізовано стан ринку органічної плодово-ягідної продукції на Сумщині, визначено чинники, під впливом яких формується його асортиментна політика. Уточнено дані щодо кількості та організаційно-правову форму операторів регіонального ринку вказаної продукції. Встановлено проблемні аспекти функціонування операторів, перспективи подальшого їх розвитку та напрями подальших досліджень у сфері виробництва та просування органічної продукції садівництва у вищезгаданому регіоні.

Ключові слова: органічне виробництво, органічна продукція, ринок, плодово-ягідна продукція, чинники, тенденція, попит.

Постановка проблеми. Органічне виробництво сприяє гармонії між людиною і природою, забезпечує споживача безпечною та якісною харчовою продукцією, турбується про довкілля, відновлення родючості ґрунтів та збереження природних ресурсів Ринок органічної продукції на Сумщині, як і в цілому в Україні, відзначається позитивною динамікою розвитку, адже в суспільстві з'явився попит на здорове харчування разом зі збереженням навколишнього середовища. Особливої уваги заслуговує органічне садівництво Сумської області, що продукує високоякісну вітамінну продукцію та володіє природним та економічним потенціалом у збільшенні обсягів як ягідних, так і плодових продуктів. Тому доцільно дослідити регіональний ринок органічної плодово-ягідної продукції, що дозволить визначити його стан і сформулювати пріоритетні напрями розвитку.

Аналіз літературних джерел і даних останніх досліджень. Проблеми виробництва органічних сільськогосподарських продуктів, зокрема і в галузі садівництва, вплив організаційно-економічних передумов на формування їх ринку вивчали В.І. Артиш, О.А. Березовська, В.І. Вовк, Д.О. Кирилук, М.І. Кобець, А.Д. Коноваленко, К.В. Мазур, С.В. Мамалига, Т.Л. Мостенська, О.С. Ралко, О.В. Рудницька та інші. Проте залишаються недостатньо висвітленими питання, пов'язані зі становленням внутрішнього органічного ринку в Сумській області та перспективами його розвитку, аспектами функціонування регіональних виробників органічної продукції. Висвітлення цих проблем і є **метою нашого дослідження**.

Формування ринку органічних продуктів в Україні та на Сумщині зокрема відбувається під дією переважно зовнішніх чинників. Динамічний розвиток ринку органічної продукції в світі зумовив зацікавленість інших країн в Ук-

раїні, як потенційно потужному виробнику вказаних продуктів завдяки родючим ґрунтам та традиціям сільськогосподарського виробництва. До внутрішніх чинників відносять зростання попиту на здорове харчування [1].

У вітчизняному законодавстві визначено поняття «органічного виробництва», під яким розуміють сертифіковану діяльність, пов'язану з виробництвом сільськогосподарської продукції. Воно провадиться із дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [2].

Органічне сільськогосподарське виробництво в Україні розпочалося в 2000-х роках з зернових, бобових та технічних культур для подальшої реалізації за кордон. Із 2007 року з'являються виробники органічної плодової продукції (переважно яблук), які також були орієнтовані на експорт. Згодом підвищення національного попиту на безпечні продукти харчування скерує їх і на внутрішній ринок. У групі зерняткових плодкових культур значну перевагу віддають яблуні, а також груші, а серед кісточкових – сливи, черешні, вишні.

Стартовим для органічного виробництва ягід (переважно малини) став 2012 рік. Наразі група ягідних культур (малина, лохина, суниця садова, смородина чорна, порічки червоні, жимолость, дереза (ягоди годжі)) є найбільшою у вітчизняному органічному виробництві за кількістю виробників, площею та обсягами [3].

Протягом кількох років спостерігається тенденція до збільшення органічних площ під горіхоплідними культурами, що зумовлено попитом на світових ринках, зокрема на волоський горіх та фундук. Саме цей попит, у тому числі на продукти переробки ягід і плодів в іноземних державах визначає формування сортиментної політики для українських виробників органічних продуктів у галузі садівництва.

Дослідження розвитку органічного ринку в Україні у 2016-2019 рр. засвідчує зростання кількості його операторів від 426 (2016) до 635 (2018 р.), при цьому частка сільськогосподарських виробників становила від 69 до 79 %. У 2019 році національний органічний ринок був представлений 597 виробниками [3].

На Сумщині органічне виробництво ще тільки набирає оберти. На сьогодні відповідні сертифікати мають 8 підприємств різних форм господарювання та власності, з них чотири – виробники ягідної продукції (дві фізичні особи – підприємці та приватне і державне підприємства (останнє є науковою установою) і товариство з обмеженою відповідальністю).

У регіоні вперше органічним ягідництвом почали займатися у 2016 р. ФОП «Самофалов» і ФОП «Цвільов М.М.» (Роменський район, с. Хмелів) вирощували та продавали під торговою маркою (ТМ) «Ромен фрукт» органічну малину. У 2017-2018 роках органічним вирощуванням лохини та малини почали займатися відповідно ТОВ АФ «Інберрі» (Великописарівський район, с. Ямне) та ПП «Дерев'янчук» (Лебединський р-н, с. Боровеньки), винограду, малини та смородини – Сумський національний аграрний університет (НАУ).

Всі оператори органічного ринку Сумщини пройшли трьохрічний перехідний період. Виняток – ТОВ АФ «Інберрі», яке почало висаджувати лохину на території, що офіційно не була задіяна у сільськогосподарському виробництві.

За даними Organic Standard на початку 2018 року органічне вирощування

ягід здійснювало 106 українських операторів. Сумська ж область була представлена тільки 3 виробниками, що мали в обслуговуванні 1,8 % загальної площі під органічними культурами в Україні. Лідерами у органічному виробництві ягід залишаються Київська та Вінницька області (табл. 1) [3].

1. Органічне виробництво ягідної продукції в Україні в 2018 році

Область	Кількість операторів	Органічні площі, га				Обсяги виробництва, т			
		малина	суниця	лохина	інші	малина	суниця	лохина	інші
Вінницька	14	55,7	1,9		3	475	18,5		29
Київська	28	175,3	36,2	100,3	16,6	752	253,4	30,8	54
Сумська	3	10,5		3		74			
Всього	106	581,8	75,5	106	100	2883	556	32	270

Слід відмітити, що точної інформації щодо обсягу та асортименту органічної продукції немає через відсутність офіційних статистичних даних.

Аналіз виробників органічної ягоди в Сумській області показує, що суб'єкти господарювання зосереджують свою увагу переважно на вирощуванні якоїсь однієї культури. Незначні за розмірами господарства (ФОП) самостійно шукають ринки збуту продукції у свіжому вигляді (зазвичай це місцевий ринок), залежать від купівельної спроможності населення, а, отже, органічну продукцію продають зазвичай як звичайну. Невеликі площі (в середньому 0,25 га), а, отже, і обсяг виробництва не дозволяють проводити експортні операції. У 2019 році ФОП припинили органічне вирощування малини, насадження якої були викорчовані. Основна причина – конкуренція з боку виробників традиційних ягід та продукції населення.

Більші можливості у вищезгаданого приватного підприємства в Лебединському районі має, орієнтованого на внутрішній ринок. Маючи 9 га малини, воно працює на конкретного споживача – переробне підприємство ТОВ «Агрофрукт» ЛТД» (Волинська область). Ягоди реалізуються в замороженому вигляді. Забезпеченість морозильним обладнанням дозволяє збирати і транспортувати продукцію до місця переробки. Підприємство несе додаткові затрати на електроенергію під час формування партії товару до реалізації, а також на транспортування при умові самовивозу.

Сумський НАУ, як наукова установа, проводить органічне вирощує кількох культур і теж орієнтоване на внутрішній ринок.

Товариство з обмеженою відповідальністю Великописарівського району (8,2 га землі під органікою) здійснює експортні операції та зорієнтоване на конкретного споживача за кордоном. Це дозволяє отримувати кошти від іноземного інвестора, зацікавленого в органічній продукції, на розширення бізнесу (площі під лохиною збільшуються).

Отже, в сфері органічного ягідництва Сумщини ефективними є підприємства, які працюють на конкретного споживача, маючи значні площі під культурою. Незважаючи на це та на потенційні можливості, у Сумській області відсутні виробники іншої органічної плодово-ягідної продукції та горіхів.

Для визначення основних тенденцій розвитку та визначення перспектив

ринку органічної плодово-ягідної продукції в указаному регіоні варто дослідити регіональний попит на неї. Споживання її населенням Сумської області, як і в середньому по Україні, незначне. Однією з причин є самозабезпеченість домогосподарств власною плодово-ягідною продукцією, адже 31 % населення Сумщини проживає у сільській місцевості, а частина мешканців міст має свої присадибні ділянки. Інша – низька купівельна спроможність переважної більшості населення. Органічна продукція в порівнянні з традиційною дорожча в середньому в 2-2,5 рази, що обумовлено невеликими обсягами виробництва та високими затратами праці. Але, натуральність та органічність продукції є однією з конкурентних переваг на ринку, яку використовують виробники. Потенційними споживачами такої продукції є населення великих та середніх міст.

На органічну продукцію орієнтуються насамперед споживачі, які піклуються про здоров'я своїх родин та орієнтуються на високоякісні продукти, сім'ї з дітьми до 7 років, люди з вищою освітою та з високою купівельною спроможністю [4].

Головними каналами збуту органічної продукції, зокрема плодово-ягідної, є спеціалізовані та інтернет-магазини. Пропозиція сертифікованих органічних плодово-ягідних продуктів у супермаркетах, звичайних магазинах та на ринках взагалі відсутня. На сьогодні в області функціонують еко-лавки в обласному центрі та м. Шостка, в яких сортимент продукції садівництва відсутній або представлений продукцією із сухофруктів. В інтернет-магазині ціни на органічну продукцію значно завищені, особливо на сезонну продукцію, наприклад 1 кг малини чи ожини коштує 1100, черешні – 805 грн. [5]. Якщо за кордоном націнка в середньому складає 15-30, максимум 50 %, то в Україні може сягати більше 200-300 %.

На внутрішній ринок України в 2018 р. надійшло 680 тис. кг фруктів на суму 7 млн. грн. У зв'язку з тим, що національний органічний ринок ще не достатньо розвинений, більшість органічних виробників зорієнтована на експорт.

Свою продукцію оператори ринку органічної продукції експортували переважно в Європу (83 %), Північну Америку (13) та Азію (3 %). Удесятьку органічних продуктів, експортованих з України, входять яблучний концентрат, чорниця, яблука свіжі. За останні 3 роки значно збільшився обсяг експортованої замороженої малини, а в 2019 р. її було вивезено майже 800 тонн [3].

У зв'язку з високим попитом на українську органічну продукцію з боку міжнародних покупців існує значний потенціал збільшення її експорту.

У Сумській області існують відповідні передумови і чинники (природні, соціальні, економічні) для успішного органічного виробництва плодово-ягідної продукції. Серед них родючі та екологічно чисті ґрунти, агрокліматичні умови, що останнім часом все більше сприяють вирощуванню зерняткових, кісточкових, ягідних культур, горіхів та винограду. Діє регіональна підтримка розвитку органічного ринку, а підприємства-виробники такої продукції – не є конкурентами.

Опитування операторів названої продукції садівництва в регіоні дозволило визначити основні проблемні позиції, вирішення яких дало б можливість органічному ринку розвиватися більш динамічно. Перш за все розвиток вирощування екологічно чистої садівничої продукції стримує відсутність кваліфікованих кадрів – агрономів, які розуміються на технології

органічного виробництва. В невеликих за розмірами господарствах не вистачає наймані сили через невисокий рівень заробітної плати і відсутність комфортних умов праці.

Усі оператори органічного ринку наголосили на обмеженій кількості сертифікованих біопрепаратів, які можуть застосовуватись у виробництві, а відсутність системності знань зумовлює неадекватне реагування на хвороби ягідних культур.

Виробники також відмітили недостатній рівень фінансової і не фінансової державної підтримки. Остання, зокрема, полягає в популяризації споживання органічних продуктів харчування населенням.

Якщо для підприємств середнього агробізнесу питання збуту практично не постає, то ФОПи акцентували увагу і на проблемах, що виникають з реалізацією органічної продукції. Основними конкурентами для них є господарства населення, які продають вирощені ними ягоди та плоди, котрі позиціонують як органічні.

Істотною проблемою, на нашу думку, є й неврахування сфери органічного виробництва в системі державної статистики. Це впливає на ефективність прийняття управлінських рішень для подальшого розвитку органічного ринку.

Висновки. Проведені дослідження свідчать, що структура регіонального ринку органічної продукції садівництва зумовлена світовими тенденціями та готовністю виробників Сумської області освоювати нові сегменти. У регіоні виробництво органічної ягідної продукції здійснюють суб'єкти господарювання різних організаційно-правових форм, що дозволяє встановити проблемні аспекти кожного та визначити напрями їх підтримки з боку держави.

Успішною моделлю малого та середнього органічного бізнесу в сфері садівництва є пошук потенційного споживача, а потім безпосереднє виробництво продукції.

На державному та регіональному рівні необхідно звертати увагу не тільки на операторів органічного ринку, але й стимулювати попит на відповідні продукти з боку споживачів, наприклад, заохочувати використання в школах та дитячих садочках тієї продукції, яка була, вирощена місцевими фермерами. Це дасть змогу місцевим дрібним виробникам (ФОПам) вирішити проблему збуту.

Стимулювання тісного співробітництва закладів сільськогосподарської освіти Сумської області з підприємствами забезпечить підготовку фахівців у галузі органічного виробництва та вирішить основну проблему операторів відповідного ринку – забезпеченість кадрами.

З огляду на вищезазначене у подальшій роботі необхідно проаналізувати фінансові та не фінансові стимули розвитку органічного ринку в Україні, вивчити зарубіжний досвід і цінову політику на органічні продукти садівництва та встановити фактори, що впливають на неї.

Список використаної літератури

1. Органічне виробництво і продовольча безпека: матер. доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції. Житомир: Полісся, 2013. 492 с.

2. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції: Закон України від 10.07.2018 р., № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19> (дата звернення 10.07.2020).
3. Дослідження ринку органічної плодоовочевої продукції / Галашевський С. та ін. Органік Стандарт, 2019. 67 с.
4. Кунділовська Т.А., Зеленянська Н.М. Формування ринку органічної продукції в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 4. С. 137-147.
5. Ціни спеціалізованого магазину «Еко-лавка». URL: <https://eco-lavca.ua/frukty/> (дата звернення 10.07.2020).

ORGANIC PRODUCTION OF THE FRUIT AND SMALL FRUIT PRODUCTS AS THE PERSPECTIVE DIRECTION IN THE HORTICULTURE OF THE SUM REGION

N.V. VASYLCHENKO, Research Worker
Sumy Experimental Horticulture Station of IH NAAS of Ukraine,
Maly Sambir, 1a, Tsentralna St.,
e-mail: wkonr@ukr.net

The state of organic fruit and small fruit products market in the Sumy region, which has been analyzed in the article, both in Ukraine and as a whole, has a positive development dynamics, because the society demands healthy food and preserving the environment. The organic horticulture of Sumy region deserves special attention and urgency, since it produces high-quality vitamin products and has a natural and economic potential to increase the share of both small fruit and fruit products. The factors have been determined under the influence of which the assortment market policy is formed. The formation of the organic products market in Ukraine and the Sumy region in particular is formed mainly to thanks external factors. The structure of the regional horticultural products market is due to the global trends and willingness of Sumshchyna producers to develop new segments. The internal factors include the growing demand for healthy food and improving living standards. The data about the number of operators of the regional market of organic products, are elucidated as well as their organizational and legal form and scope of activity. The production of the organic small fruit products in the region has appeared to be carried out by economic entities of different organizational and legal management forms. That has enabled to identify the problematic aspects and determine the areas of their support by the state. The problem aspects of functioning of operators of the organic fruit and small fruit market and prospects of their further development are defined. The successful model of the organic small and medium businesses in the horticulture field is the search for a potential consumer, and then direct manufacturing. At the state and regional level, attention should be paid not only to the organic market operators, but also to stimulating consumer demand for the organic products. The stimulation of the close cooperation of the agricultural education institutions in the Sumy region with the enterprises will provide training in the organic production field and solve the major problem of the organic market operators – staffing.

Key words: organic manufacturing, organic products, market, fruit and small fruit products, factors, trend, demand.

ОРГАНИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПЛОДОВО-ЯГОДНОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ САДОВОДСТВА В СУМСКОЙ ОБЛАСТИ

Н.В. ВАСИЛЬЧЕНКО, научный сотрудник
Сумская опытная станция садоводства ИС НААН Украины,
с. Малый Самбир, ул. Центральна, 1 а,
e-mail: wkonr@ukr.net

Дан анализ состояния рынка органической плодово-ягодной продукции на Сумщине, определены факторы, под влиянием которых формируется его ассортиментная политика. Уточнены данные об организационно-правовой форме и количестве операторов регионального рынка указанной продукции. Установлены проблемные аспекты их функционирования и перспективы дальнейшего развития и перспективы дальнейших исследований в области производства и продвижения органической продукции садоводства в Сумском регионе.

Ключевые слова: органическое производство, органическая продукция, рынок, плодово-ягодная продукция, факторы, тенденция, спрос.

Одержано редколегією 10.07.2020

DOI: 10.35205/0558-1125-2020-75-234-244

УДК 635: 338.5

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ НОРМАТИВНИХ ВИТРАТ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ ЕКСПЕРТИЗУ СОРТІВ РОСЛИН

І.А. САЛО, доктор економ. наук
Національний науковий центр (ННЦ) «Інститут аграрної економіки» НААН
України, Київ, вул. Героїв Оборони, 10,
e-mail: inna_salo@ukr.net

Для визначення особливостей формування грошових витрат на проведення науково-технічної експертизи сортів рослин встановлено категорії з економічного та фінансово-господарського обліку: витрати, нормування, нормативи, нормативна собівартість. Нормативні витрати на експертизу визначаються щорічно. Вивчаються придатність сортів до поширення, відмінність, однорідність, стабільність. Виконуються дослідження їх колекції, в тому числі сертифікаційне, післяреєстраційне вивчення. Розрахунки нормативних витрат проводяться за класичною схемою