

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

# СЕРТИФІКАТ

учасника Міжнародної науково-практичної конференції

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ  
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

(Держ. реєстр. УкрІНТІ № 75 від 22.02.2019 р.)

**ХАЄЦЬКІЙ Ользі Петрівні**

Президент  
консорціуму

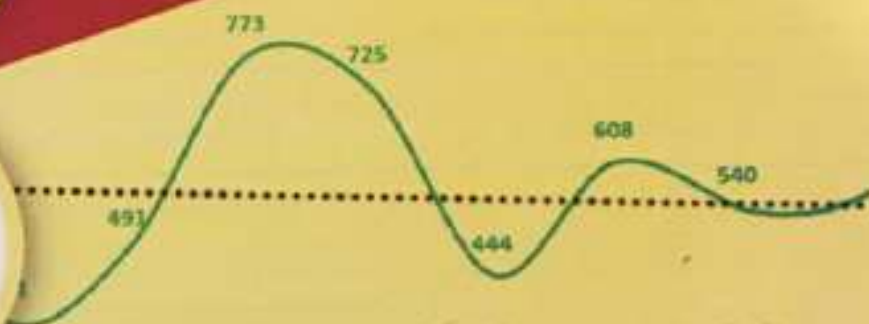
Г.М. Калетнік

Ректор  
університету

В.А. Мазур

Вінниця  
18-19 квітня 2019 року

Міністерство освіти і науки України  
ННВК «Всеукраїнський науково-навчальний консорціум»  
Вінницький національний аграрний університет  
Черкаський державний технологічний університет  
Варненський університет менеджменту, Болгарія  
Університет Латвії, м. Рига, Латвія  
Національний інститут економічних досліджень Академії наук Молдови  
Технічний університет ім. Г. Асакі, Румунія



# ПРОГРАМА

## МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**Сучасний стан та перспективи  
розвитку економіки в умовах  
глобалізаційних процесів**

18-19 квітня 2019 РОКУ  
М. ВІННИЦЯ

**ВНАУ**

**«ПОВЕДІНКОВІ МОДЕЛІ АГЕНТІВ  
ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ»**

**Коваленко Олена Олексіївна**, кандидат технічних наук,  
доцент кафедри програмного забезпечення Вінницького  
національного технічного університету

**«ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА В СУЧАСНІЙ  
РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ»**

**Брояка Антоніна Анатоліївна**, кандидат економічних  
наук, доцент кафедри економіки ВНАУ

**«ЛОГІСТИЧНИЙ СЕРВІС В УПРАВЛІННІ  
ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ В АПК»**

**Качуровський Сергій Вікторович**, кандидат економічних  
наук, старший викладач кафедри моделювання та інформаційних  
технологій в економіці ВНАУ

**«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ»**

**Гайдучик Галина Михайлівна**, викладач економічних  
дисциплін, спеціаліст вищої категорії Ладижинський коледж  
ВНАУ

**«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ  
ПРОДУКЦІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ»**

**Хасцька Ольга Петрівна**, кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки ВНАУ

**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ АТРАКТИВ-  
НОСТІ ОБ'ЄКТІВ У СФЕРІ ДОЗВІЛЛЯ М. ВІННИЦЯ (на  
основі соціологічного дослідження студентів ВНАУ)»**

**Іващенко Анна Володимирівна**, кандидат економічних  
наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної  
діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму ВНАУ

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Внаслідок нераціонального та бездумного використання природних ресурсів з кожним роком погіршується екологічна ситуація у світі. Важливою складовою соціальної та економічної відповідальності підприємств, які займаються **виробництвом та переробкою сільськогосподарської продукції є виробництво якісної та безпечної продукції**, виробництво продуктів харчування, які не приносять шкоди організму та є корисними для здоров'я.

Організацією Об'єднаних Націй опубліковано цілі Сталого розвитку на період до 2030 року – **ціль №12 – відповідальне споживання та виробництво**.

Органічними або екологічно чистими є продукти харчування, які **виробляють з дотриманням визначених екологічних стандартів** на всіх етапах технологічного та розподільчого ланцюга без ароматизаторів, барвників, консервантів та генетично модифікованих організмів з максимальним збереженням їх поживних речовин. Матеріали для упакування таких продуктів теж виготовляються з натуральної сировини.

На світовому рівні ринок органічних харчових продуктів щороку збільшується на 10–15%, а попит на органіку зростає швидше, ніж пропозиція.

### Чим органічні продукти краще звичайних?

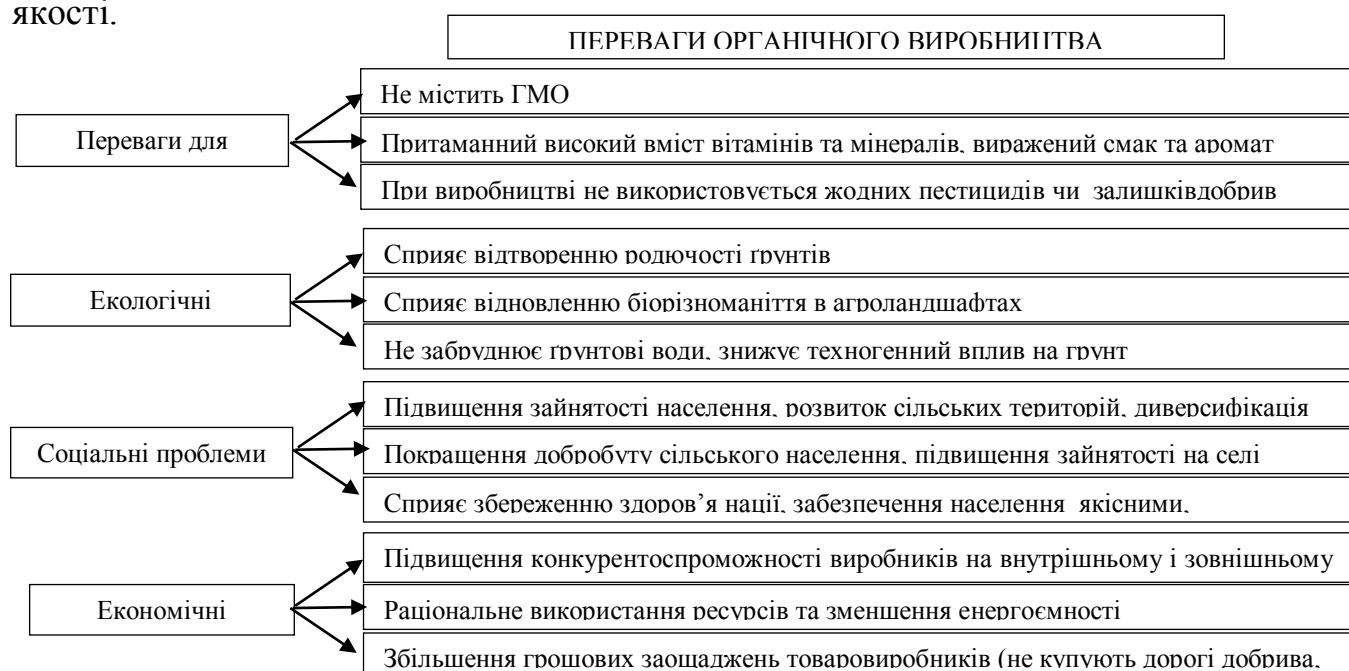
органічні фрукти містять в середньому на 25% більше вітаміну С;

органічні овочі містять на 10-40% менше нітратів;

органічне молоко містить на 70% більше поживних речовин, вітамінів, антиоксидантів, полі ненасичених жирних кислот;

органічні овочі та фрукти містять значно менше залишків пестицидів, ніж звичайні, приблизно в 200 разів;

органічні овочі та фрукти містять менше води, а це покращує смакові якості.



Щороку збільшується кількість господарств, які займаються виробництвом органічної продукції, розширюються площі, задіяні під органічним виробництвом, зростає об'єм внутрішнього ринку.

За даними The World of Organic Agriculture – Statistics and Emerging Trends у 2017 році у світі розподіл площ під органічною продукцією розподілялись наступним чином:

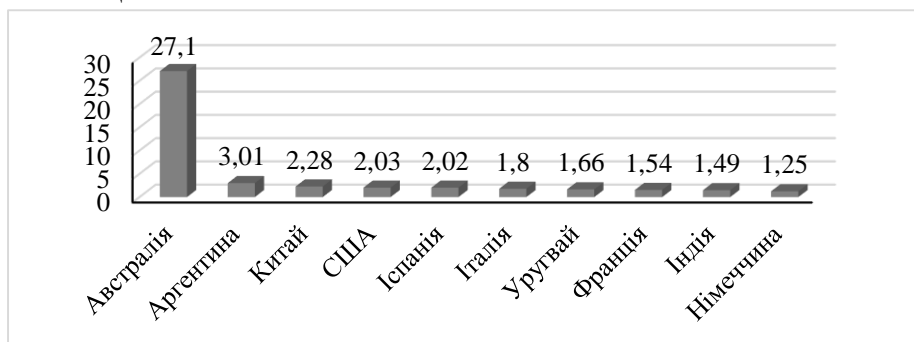
- Океанія – 47%** (27,3 млн.га),
- Європа – 23%** (13,5 млн.га),
- Південна Америка – 12%** (7,1 млн.га),
- Азія – 8%** (4,9 млн.га),
- Північна Америка – 5%** (3,1 млн.га)та

**Африка – 3%** (1,8 млн.га) із загальної площі 57,8 млн.га яка відведена під органічну сільськогосподарську продукцію

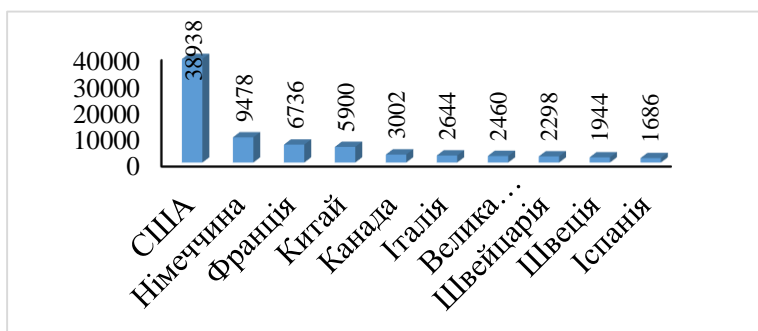
У 178 (181) країнах світу розвинуте сертифіковане органічне сільське господарство. Площі під органічними культурами відводять усі світові країні, лідерами є:

- Австралія, Аргентина, Китай (найбільші площі під органікою),**
- Індія, Мексика, Уганда (найбільші виробники),**
- США, Німеччина, Франція (найбільший органічний ринок),**

Іспанія, Італія, Уругвай, та ін. Швейцарія, Данія, Швеція (найбільше споживання на душу населення) (рис. 2, рис. 3, рис. 4) [4]. На початку 2018 року площі під органічним землеробством становили 70 млн га, тоді як у 2000 році це була площа в межах 11 млн га.



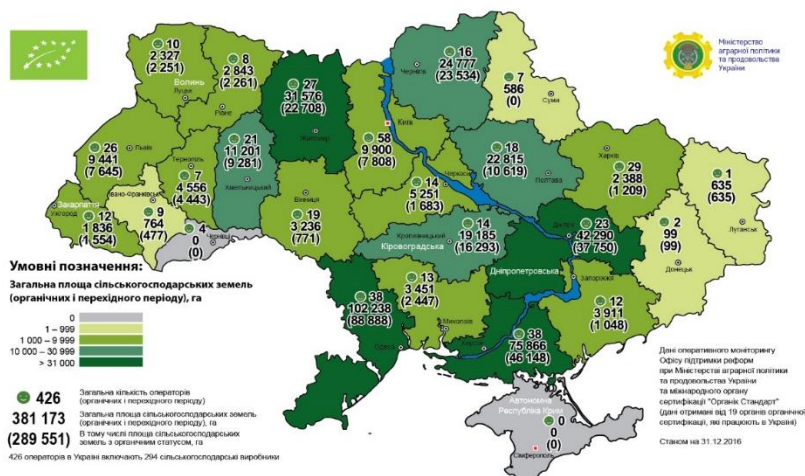
**Топ 10 країн з найбільшими площами органічних сільськогосподарських земель, млн. га**



**Топ-10 країн з найбільшими ринками органічних продуктів, млн. євро**

Україна посідає 20 місце у світі та 11 в Європі за загальною площею сільськогосподарських угідь, сертифікованих як органічні (приблизно 1% усіх орних земель, приблизно 0,4 млн. га.) [7]. На рис. представлено органічну карту України, яка розроблена в рамках швейцарсько-українського проекту «Розвиток органічного ринку в Україні» (FiBL Швейцарія).

Україна отримує міжнародну підтримку для розвитку органічного ринку від: Швейцарії з 2005 року, Німеччини з 2016 року, Канади з 2014 року, Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO), EU4Business та Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) з 2016 року



Як видно з рис. найбільше сільськогосподарських виробників які вирощують органічну продукцію знаходиться у Одеській, Дніпропетровській, Херсонській та Житомирській областях. Найменше сільськогосподарських земель органічного призначення у Чернівецькій, Донецькій, Луганській, Івано-Франківській та Сумській областях.

В Україні сертифікується: рослинництво, тваринництво, переробка і торгівля, бджільництво, грибництво, аквакультура, виноробство, заготівля дикорослих продуктів та добрива та засоби захисту.

Динаміка внутрішнього ринку органічної продукції за 2002-2017 роки										
Показник	2002	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення, 2017 р до 2002 р
Площа, га	164,4	270,0	270,2	272,9	393,4	400,8	410,6	411,2	420,0	+255,6
Кількість господарств	31	118	142	164	175	182	210	360	375	+344
Середній розмір господарства	5,30	2,29	1,90	1,66	2,25	2,20	1,96	2,02	2,20	-2,50

*Українські споживачі проявляють інтерес до органічних продуктів харчування. Проте, споживання органічних продуктів населенням України суттєво відстає від розвинутих країн світу органічні продукти харчування*

***переважають традиційні за своїми споживчими параметрами, проте поступаються за економічними, зокрема своєю ціною.***

Причиною такого явища є нестача сировини і відсутність конкуренції. Висока ціна є одним із основних мотивів, чому споживачі не купують органічні продукти. За кордоном націнка на органічні продукти харчування в середньому складає 15-30 %, максимум 50%, а в Україні у торговельних мережах вона може сягати 200-300 %.

***Органічне виробництво є надзвичайно актуальним, так як виробляючи органічну продукцію виробники піклуються про навколишнє середовище, здоров'я нації, даний вид діяльності збільшує ефективність виробництва при зменшенні людського впливу на природне середовище.***

Попит на українські органічні продукти харчування є невисоким порівняно з розвинутими країнами світу. Стимулювати його можна за допомогою реклами, доцільно залучати великі торговельні мережі, для яких розробляти заходи стимулювання збуту, налагодити співпрацю з посередниками, використовуючи стимулюючі фактори мотивації, значні фінансові результати.

У межах внутрішнього ринку України частка продажу органічної продукції поки що не перевищує 1% від загального обсягу реалізації сільськогосподарської продукції. У Європі, наприклад, вона складає 5%, причому зростання споживання органічної продукції становить 8-11% на рік. У США більше 40% американців споживають органічну продукцію, при цьому їх можна умовно розділити на такі категорії:

органічна інтегрована група (37% усіх органічних споживачів) – люди, які вживають органічні продукти більше одного разу на день;

органічна середня група (39%) – вживають органічні продукти принаймні раз на тиждень;

органічна початкова група (24%) – вживають органічні продукти нерегулярно, час від часу.

Багато українських споживачів позитивно ставляться до органічної продукції, оскільки останнім часом вони все більше уваги звертають на своє харчування та переходять до здорового харчування, яке включає в себе екологічно безпечні продукти. Споживачі готові купувати органічну продукцію за таких умов:

– забезпечення й підтвердження контролю якості з боку держави;

– широкий асортимент продукції, який є доступний у торговельних мережах;

– націнка на органічну продукцію у розмірі 10-20% відносно традиційної.

У світі використовуються різні стандартизовані регулятори якості продуктів харчування, до яких відносяться і міжнародні стандарти серії ISO, зокрема, серія стандартів ISO14000 та ISO 22000.

В Україні була створена компанія, яка займається сертифікацією та інспекцією органічного виробництва. Цією компанією є ТОВ «Органік стандарт». Дана компанія була створена в рамках україно-швейцарського проекту в 2007 році.

В Україні сертифіковані такі види органічних продуктів: бобові культури, олійні культури, зернові культури, овочі, кавуни, дині, гарбузи, фрукти, ягоди, виноград, ефіроолійні культури, молочні продукти, яйця, гриби, горіхи, мед, м'яса, продукція бджільництва, багаторічні трави, однорічні трави, лікарські рослини, бульбоплоди та коренеплоди, перероблена продукція, верхня рогата худоба, домашня птиця, вівці, кози, свині, соки.

До проблем розвитку ринку органічної продукції можна віднести:

- недосконалість нормативної бази (неповністю відповідає законодавству ЄС у сфері органічного виробництва, створює торгові бар'єри для виробників-експортерів, споживач не захищений від фальсифікату «органіки»; екологічні стандарти носять тільки рекомендаційний характер);
- обмежений доступ на зовнішні ринки органічної продукції;
- відсутність маркетингового досвіду підприємств з виробництва і реалізації органічної продукції;
- слабкий розвиток внутрішньої інфраструктури тощо.

Є цілий ряд питань, які необхідно вирішувати для того, щоб органічне виробництво почало стрімко розвиватися. До таких питань належать:

- адаптація міжнародного досвіду до українських умов та розробка стратегії та програм розвитку органічного ринку України;
- створення сприятливих умов для залучення інвестиції в органічне сільське господарство;
- підвищення обізнаності громадськості про органічну продукцію через інформаційні канали (державне телебачення, радіо, видавнича справа, сайти компаній тощо);
- розвиток соціально відповідального маркетингу підприємствах;
- підтримка фермерів, які займаються органічним виробництвом (наприклад, субсидії, доступ до кредитів тощо);
- розвиток та захист добросовісної конкуренції серед українських виробників органічних продуктів, переробників і роздрібною торгівлі;
- розвиток місцевих міжнародноакредитованих і визнаних лабораторій;
- розробка органічних технологій виробництва продукції рослинництва, тваринництва, активне використання досягнень науково-технічного прогресу і нових біотехнологій, використання ресурсозберігаючих технологій для виробництва екологічно чистої продукції тощо.

Є потенціал сільської місцевості щодо розвитку зеленого туризму, який може стати українською «фішкою», українською принадою. Невеликі органічні ферми, котрі спеціалізуються, скажімо, на вирощуванні ягід чи виробництві сирів, у США та європейських країнах є центрами зеленого туризму, куди спеціально приїждить міське населення поласувати їжею і змістовно провести вікенд. Такі ферми, безумовно, повинні стимулюватися державою»