

УДК 338.436

***Носкова Карина Вадимовна,***

*старший преподаватель,*

*кафедра менеджмента и экономической теории;*

***Сотникова Анастасия Олеговна,***

*студентка 4-го курса,*

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»,*

*г. Екатеринбург, Россия*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ**

Российское производство органической продукции недостаточно развито по сравнению с другими, более прогрессивными странами, несмотря на положительную динамику роста. Есть проблемы, с которыми сталкиваются производители. Соответственно, необходимо принять ряд мер по улучшению положения, так как отрасль является перспективной.

***Ключевые слова:*** органическая продукция, производители, российское органическое хозяйство, мероприятия по улучшению.

***Karina V. Noskova,***

*Senior Lecturer,*

*Department of Management and Economic Theory;*

***Anastasia O. Sotnikova,***

*4th year student,*

*Ural State Agrarian University,*

*Yekaterinburg, Russia*

## **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE MARKET FOR ORGANIC PRODUCTS IN RUSSIA**

Russian production of organic products is underdeveloped compared to other more progressive countries despite the positive growth dynamic. There are problems that manufacturers face. Accordingly, it is necessary to take a number of measures to improve the situation, since the industry is promising.

**Keywords:** organic products, manufacturers, Russian organic farming, improvement activities.

Для начала необходимо разобраться с тем, что же такое «органическое сельское хозяйство». Термин «органическое сельское хозяйство» часто применяется в интернациональных литературных источниках, а также в формальной документации во многих англоговорящих странах мира. Например, в странах Евросоюза существуют подобные определения: в Германии и Франции – «био», или «биологическое», в Чехии, Нидерландах, Польше – «эко», или «экологическое». Несмотря на это, определение обширно распространено по всему миру и признано в международной степени.

Общепризнанное значение «органического сельского хозяйства» создано такими организациями, как Исследовательский институт органического сельского хозяйства (FiBL), Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (FAO), Международная федерация движения за органическое сельское хозяйство (IFOAM), Министерство сельского хозяйства США (USDA). Все определения едины в том, что содержат противопоказания на использование пестицидов, ГМО, химических удобрений и подобного синтетического сырья в сельскохозяйственных структурах. Желая закрыть потребность народа в продуктах питания без опасности потери урожайности в длительной перспективе, органическое сельское хозяйство сохранило природные течения и биологические кругообороты в экологической системе.

В контексте данной статьи применяется определение, принятое в IFOAM. «Органическое сельское хозяйство – производственная система, которая поддерживает здоровье почв, экосистем и людей. Зависит от экологических процессов, биологического разнообразия и природных циклов, характерных для местных условий, избегая использования неблагоприятных ресурсов. Органическое сельское хозяйство объединяет традиции, нововведения и науку, чтобы улучшить состояние окружающей среды и развивать справедливые взаимоотношения и достойный уровень жизни для всего вышеуказанного» [1]. А терминология «органические продукты» применяется для обозначения

продуктов питания, получаемых в структуре органического сельского хозяйства.

Существуют *принципы органического земледелия*. В настоящее время они определяются как основа развития этой сферы во всем мире:

1) *справедливости*: отношения основываются на принципах, которые гарантируют честность, с учетом жизненных ресурсов и единой окружающей среды;

2) *экологии*: основывается на принципах присутствия естественных циклов и экологических систем, живя с ними, работая, и сохраняя их;

3) *здоровья*: необходимо развивать и удерживать здоровье земли, животных, людей и всех растений планеты как единого организма;

4) *заботы*: в управление органическим сельским хозяйством необходимо ввести обязательное и профилактическое направление для защиты благосостояния и здоровья будущих и сегодняшних поколений и мира вокруг нас [2].

В России в крайнее десятилетие отмечался рост объемов, а также продаж изготовленной органической продукции, и, в свою очередь, понятия «органическое сельское хозяйство» и «органические продукты» стали чаще употребляться.

По данным на 2017 г. площадь территорий, сертифицированных под органическое сельское хозяйство, по стране составила 386 140 га, в то время как в 2005 г. – только лишь 6 900 га [3]. Особенно быстрый рост участков такого типа земель прослеживался в 2014 и 2015 гг.: за 2 года – 139 292 га. Однако, в России органические земли составляют всего лишь 0,2% всей территории сельскохозяйственных земель по стране [4, с. 46]. Но в то же время в России отнюдь не все органические сертифицированные земли обрабатываются. Переход от классического сельского хозяйства к органическому занимает, в среднем, три года, вследствие чего часть фермеров не берутся за использование земель до того времени, пока у них не будет

возможности осуществлять производство органической продукции (по прошествии конверсионного периода в три года).

Количество производителей органических продуктов в России, по всевозможным оценкам, варьируется от 70 до 90. Это никак не сравнится, например, с США (14 871), Германией (25 078) и Индией (585 000 производителей) [4, с. 62]. Свыше 60 российских предприятий имеют международные органические сертификаты (NOP и EU). Основная масса органических хозяйств в России имеют средние и малые по площади (~ от 50 до 1 500 га).

Главную долю органических продуктов изготавливают холдинги, в составе которых может быть ~ от 3 до 11 сельскохозяйственных производств, а также более масштабные промпроизводители, которые являются владельцами от 1 500 до 3 000 га территорий. При этом часть холдингов может производить органическую продукцию, в то время как другая часть может находиться в стадии конверсии или принятия решения о переходе на органическое производство.

Преимущественно в России производители выращивают органические продукты, такие как плодоовощные (22%) культуры и зерновые (23%). Молочная продукция занимает 13% органического производства, а мясо и мясопродукты – 11% (рис. 1).

В России значительное большинство производителей органической продукции находятся в европейской части страны и сосредоточены в Ростовской, Саратовской, Ярославской, и Московской областях, а также в Краснодарском крае [5].

Представление о спросе потребителей на производимую продукцию целесообразно иметь производителям органических продуктов и, как следствие, реализовывать маркетинговые и производственные стратегии для усиления участия органической продукции на рынке и повышения объемов продаж.

Для достижения определенной задачи доступ к актуальным, достоверным и полным показателям о рынке сбыта имеет коренное значение. В магазинах

производители «органики» стремятся выделить индивидуальный стеллаж для действительно органических продуктов, для того, чтобы покупатели могли без труда найти и отличить органические продукты от привычных продуктов и других «здоровых».

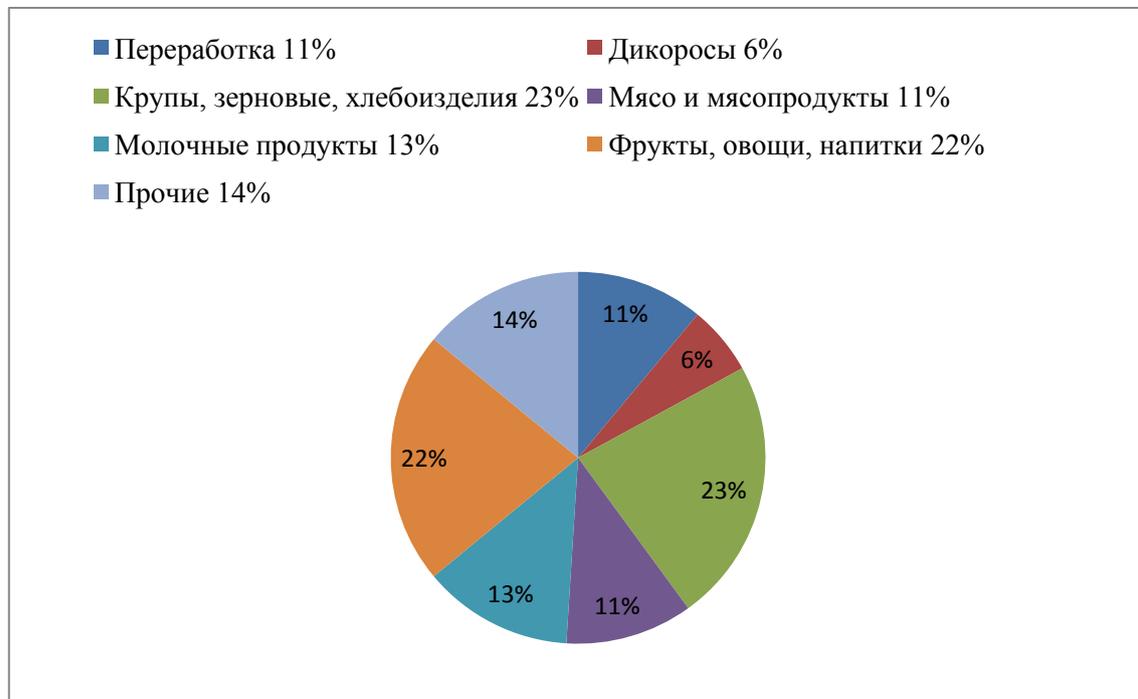


Рисунок 1 – Органическое производство в России по видам деятельности

Чтобы потребителям было легче ориентироваться, производители, торгующие на внутреннем рынке, равным образом заинтересованы в изготовлении и популяризации легкоузнаваемого логотипа органической продукции в России. Компании, которые занимаются экспортом органической продукции, также с большим вниманием относятся к гармонизации международных и российских стандартов.

Это необходимо, чтобы органическую отечественную продукцию, сертифицированную по российским стандартам, было возможно реализовывать на международном рынке.

Производители органических продуктов сталкиваются со следующими проблемами:

- 1) перевозка и сбыт (особенно сказывается на маленьких фермах);

2) переработка продукции (из-за небольшого количества перерабатывающих производств);

3) сомнение не справится с проблемами без применения традиционных методов;

4) невысокий уровень социальной ориентированности: покупатели не имеют понятия, в чем заключаются отличия «обычных» продуктов от органических;

5) дефицит профессионалов в области органического сельского хозяйства и мастеров своего дела. В высших учебных заведениях не готовят специалистов по данному направлению;

б) малоразвитый внутренний рынок органических удобрений и семян.

Значительное место в формировании рынка органической продукции занимают ритейлеры, связывая покупателей и производителей. Они заинтересованы в том, чтобы товары имели яркую и запоминающуюся упаковку, а также в том, чтобы иметь доступ к разнообразному ассортименту продукции лучшего качества.

Тем не менее, закупочный ценник является одним из основных факторов для ритейлеров, поскольку всем продовольственным магазинам VIP класса необходимо иметь маржу на все продаваемые товары. В наибольшей степени только приемлемое соотношение качества, цены и ассортимента – вот что привлекает покупателей в магазинах.

«Органическая» розничная торговля встречается со следующими проблемами:

1) суровые требования к хранению органических продуктов;

2) маленький объем поставок «органики», так как производители органических продуктов, по большей части, имеют ограниченные производственные мощности;

3) высокая стоимость «органики» урезает спрос;

4) ограниченный ассортимент органических продуктов, которого не хватает для заполнения стеллажей в магазине.

Основными потребителями «органики» являются, в основе своей, жители городов в возрасте ~от 23 до 40 лет, которые имеют постоянную стабильную высокую заработную плату. В особенности, это девушки и женщины, покупающие продукцию для своих детей и уделяющие значительное внимание качеству питания малышей. Именно они являются одними из самых постоянных клиентов магазинов с органической продукцией.

Органические пищевые продукты физически (из-за ограниченного количества магазинов) и материально (из-за высокой ценовой политики) являются недоступными для 99% населения России. Мало того, покупатели не всегда имеют понятие о том, что же такое «органическая» продукция. Это уменьшает интерес потребителей к продуктам «органики» и вызывает сомнения.

Изучив данную тематику, можно прийти к выводу, что для улучшения роста продаж и внедрения органической продукции в повседневную жизнь населения необходимо осуществить следующее:

- в России должна быть организована государственная поддержка производства органической сельскохозяйственной продукции на том уровне, который сможет обеспечить рентабельность ее воспроизводства;
- не обойтись и без создания системы обучения, и возможности повышения квалификации для производителей органического сельского хозяйства. Необходима подготовка специальных кадров;
- также требуется формирование национальной системы сертификации органического производства;
- полезной будет организация большого количества мероприятий, посвященных продвижению органической продукции для общества и имеющей информационный характер. Например, семинары и лекции, с возможностью сравнения продукции и дегустацией;
- так как продукция из органического сырья достаточно дорогая по сравнению с «обычной», необходимо пытаться снижать издержки, соответственно, и конечную цену, тогда продукт станет более доступным для

большей массы населения, и у людей появится возможность сравнить качество и, в конце концов, перейти на «органику».

#### *СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*

- 1. Определение органического сельского хозяйства. – IFOAM, 2017 – Режим доступа: <http://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/definition-organicagriculture>*
- 2. Принципы органического сельского хозяйства – IFOAM, 2017 – Режим доступа: [http://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa\\_english\\_web.pdf](http://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa_english_web.pdf)*
- 3. Доклад о мире органического сельского хозяйства – IFOAM, 2015 – Режим доступа: <http://www.organicworld.net/yearbook/former-editions.html>*
- 4. Емельянова, Т. Экологическое агропроизводство в России: целесообразность и реальность / Т. Емельянова, Д. Новиков // Московский экономический журнал. – 2016. – № 1.*
- 5. Мироненко О.В. Органический рынок России. Итоги 2016 года. Перспективы на 2017 год / О.В. Мироненко. – 2017. – Режим доступа: <http://rosorganic.ru/projects/>*
- 6. Носкова К.В. Стратегия развития рынка органической сельскохозяйственной продукции // Московский экономический журнал. – 2019. – № 1.*