

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ведищев, С.М. Барабанный дозатор для порционной выдачи кормов. / С.М. Ведищев, В.Т. Щедрин // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. Мичуринск, 2001. Т.1. №4. С. 61-65.
2. Ведищев, С.М. Барабанный дозатор. / С.М. Ведищев, В.Т. Щедрин// Техника в сельском хозяйстве. 1999. №1. С. 13-15.
3. Ведищев, С.М. Изучение объемных дозаторов кормов: метод. указания/сост.: С.М. Ведищев, А.В. Прохоров, А.В. Брусенков. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 24 с.
4. Ведищев, С.М. Обзор барабанных дозаторов кормов. / С.М. Ведищев, Н.О. Милоков // Инженерное обеспечение инновационных технологий в АПК. Материалы Междунар. науч. практ. конф. 23-25 апреля 2014 года. –Мичуринск: Изд-во Мичуринского госагроуниверситета, 2014. С.128-132.
5. Щедрин, В.Т. Дозатор кормов./ В.Т. Щедрин, С.М. Ведищев// Вестник Тамбовского государственного технического университета. Тамбов. 1997, Т.3. №4. С.489-493.

УДК 339.187:664

### **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ, ПРОИЗВЕДЕННЫХ НА ОСНОВЕ ОРГАНИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ**

*Гануш Г.И., д. э. н., профессор, член-корреспондент НАН Беларуси  
\*Грибоедова И.И., к.э.н., доцент, Институт экономики НАН Беларуси  
Близнюк З.Г., старший преподаватель  
УО «Белорусский государственный аграрный технический  
университет» г. Минск*

Ключевые слова: органические продукты, производство, реализация, нормативные документы, сертификация, маркировка, торговля, опыт.

Key words: organic products, production, realization, normative documents, certification, marking, trade, experience.

Аннотация: в статье содержится информация о количественной и качественной динамике процессов трансформации потребительского спроса на экологически безопасные продукты питания. Проанализирована со-

временная мировая тенденция роста потребительских предпочтений на пищевые продукты, относящиеся к категории «органические» Указаны основные каналы реализации органических продуктов в странах Европы и США. Представлены действующие зарубежные нормативно-правовые документы, в соответствии с которыми осуществляется организация, регулирование и контроль как в производстве органических продуктов, так и в системе их реализации. Значительное внимание уделено маркировке органических продуктов, мерам контроля и надзора. Сделаны выводы о целесообразности учета опыта европейских и других стран в Республике Беларусь при разработке мероприятий по развитию производства и реализации органических продуктов.

Summary: article contains information on quantitative and qualitative dynamics of processes of transformation of a consumer demand for ecologically safe food. The current world trend of growth of consumer preferences on the foodstuff relating to the category "organic" is analysed the main channels of realization of organic products in the countries of Europe and USA Are specified. The existing foreign standard and legal documents according to which the organization, regulation and control both in production of organic products, and in system of their realization is carried out are submitted. The considerable attention is paid to marking of organic products, control measures and supervision. Conclusions are drawn on expediency of the accounting of experience of the European and other countries in Republic of Belarus when developing actions for development of production and realization of organic products.

В настоящее время, как показывают исследования, развитые страны мира внедряют основы концепции «зеленой» экономики на всех уровнях государственного управления. Так, Скандинавские страны - Дания, Норвегия, Финляндия, Швеция успешно осуществили переход на модель экологически безопасного развития, что позволило им занять высокие позиции по параметрам общественного благосостояния. По прогнозам одной из ведущих консультативных фирм, базирующейся в Мюнхене, к концу десятилетия в сфере экотехнологий в Германии будет занято больше людей, чем в автомобильной промышленности [2].

«Зеленая экономика» - это производство и потребление, безопасное для окружающей среды и здоровья человека. На бытовом (потребительском) уровне данное направление характеризуется широким разнообразием подходов к сохранению окружающей среды, которые проявляются в таких категориях и понятиях, как: «зеленые» потребители, «зеленые»

закупки, «зеленые» товары, «зеленое» строительство, «зеленые» дома, эколандшафты, «зеленые» инвестиции, «зеленое» сельское хозяйство, «зеленый» образ жизни и др.

«Зеленые» потребители предпочитают приобретать товары и услуги, которые произведены экологически и социально ответственным образом. По данным зарубежных исследований абсолютное большинство покупателей (96%) в развитых и развивающихся странах проявляют желание приобрести «зеленые» товары, что свидетельствует о перспективности «зеленого» производства. Одновременно обращает на себя внимание тот факт, что только 22% потенциальных покупателей приобретают такие товары, так как масштабы покупок ограничиваются узким товарным ассортиментом, отсутствием достаточной информации и высокой ценой.

Выделяется отдельный сегмент рыночных потребителей «зеленых» товаров и услуг. Это те потребители, которые беспокоятся об окружающей среде, планете, социальных аспектах, здоровье, человеческих правах, взаимоотношениях, справедливой торговле, практике устойчивого экономического и личностного развития. Они принимают решение о покупке в соответствии с их оценками социальной и экологической ответственности. Сегмент таких потребителей по имеющимся данным составил 23% населения США и 29% населения Японии. Около 80% потребителей готовы платить до 20% больше за такие «зеленые» продукты и услуги. К 2020 г. «зеленая» практика будет влиять на выбор уже 66% потребителей в США [2].

Особое значение для здоровья и долголетия человека играет экология питания: врачи, несмотря на различия и противоположность отдельных медицинских школ однозначно сходятся во мнении, что основная составляющая здорового образа жизни - экологически чистое продовольствие. В продовольственных магазинах чаще стали появляться полки с товарами, не содержащими искусственных добавок и примесей, приготовленными с использованием ингредиентов только природного происхождения. Становится популярной продукция сельского хозяйства, выращенная на почвах с естественным плодородием, а на упаковке товаров производителями вводятся эмблемы, означающие соответствие выпускаемой продукции природоохранной политике [1].

Поведение потребителей меняется в сторону жесткого экологического регулирования, инвестиции также переключаются на более устойчивые бизнес-модели. Способность принять эту ситуацию как неизбежный атрибут будущего (включая «зеленые» законы и предпочтения потреби-

телей по «зеленым» продуктам, услугам и бизнес-моделям) имеет решающее значение для конкурентоспособности бизнеса. В связи с этим многие государства стимулируют не только развитие производства, но и активное потребление «зеленых» товаров. Примером тому служит система «зеленых кредитных карт» в Южной Корее для стимулирования «зеленого» потребления товаров, произведенных с экологическими инновациями. Потребитель сможет получить денежные и неденежные поощрения за сознательное предпочтение товаров и услуг, произведенных с учетом экологических параметров.

В декабре 2012 г. был проведен опрос в 27 странах ЕС и в Хорватии по изучению потребительского поведения относительно «зеленых» экологически чистых продуктов питания. Было опрошено более 26 тыс. человек из различных социальных и демографических групп. Исследование показало, что в совокупности около 80% европейских потребителей приобретают «зеленые» продукты, из которых 26% делают покупки на регулярной основе. Потребители, покупая органическую пищу, чаще всего обосновывают свой выбор уверенностью в том, что данный подход наиболее полезен для их здоровья и окружающей среды [2].

Органическая пища безопаснее для здоровья человека и всей окружающей среды. Исследования университета Кана (Франция) доказали связь между онкологическими заболеваниями и продуктами с ГМО, запрещенными к использованию в органическом сельском хозяйстве, на примере генетически модифицированной американской кукурузы NK 603 крупнейшего глобального производителя трансгенных семян компании Monsanto. По заключению руководителя проекта Ж.-Э. Сералини кормовая ГМО-кукуруза присутствует в рационе человека в Европе в виде мяса, молока, яиц и продуктов из них, потребление которых приводит к фатальным последствиям;

Органолептические свойства органических продуктов несоизмеримо выше. На протяжении пяти лет почвоведы из Университета штата Вашингтон проводили серию экспериментов в яблочных садах - органические яблоки оказались более твердыми, вкусными и на вид были здоровее обычных. Более того, органические сады дали гораздо больший экономический эффект, поскольку их продукция успешно позиционировалась в более высоком ценовом сегменте.

«Зеленый» рост, как и другие программы, нацеленные на сохранение экосистемы планеты, в настоящее время стал мировым трендом. Государства, правильно определившие долгосрочную перспективу становления новых отношений в системе «экономика - природа», могут рас-

считывать на высокую эффективность своих усилий. В сельском хозяйстве Республики необходимо учитывать, эту тенденцию во избежание инерционного сценария «догоняющего» развития. Важно то, что начав изменения в экономике на принципах устойчивого развития, в том числе в аграрной сфере, Беларусь будет по-иному выглядеть для международного сообщества, поскольку от экологической ситуации и типа экономики - инновационная или индустриальная - зависит имидж страны в мире.

Изучение опыта европейских стран свидетельствует, что основными каналами реализации органических продуктов питания и доведения их до потребителей являются:

1. Реализация органических продуктов питания через специализированную торговую сеть: магазины, супермаркеты и другие субъекты розничной торговли.

2. Продажа органических продуктов в специализированных секциях (отделах) крупных супермаркетов.

3. Реализация органических продуктов через фирменную торговлю фермерских хозяйств и корпораций, специализирующихся на производстве и реализации органических продуктов.

4. Реализация произведенных органических продуктов непосредственно в фермерских хозяйствах. Такая форма продажи пользуется у потребителей наиболее высоким доверием, так как они имеют возможность непосредственно убедиться в том, что приобретенные ими продукты производятся на основе органических технологий. Немалое значение имеет также наиболее свежее состояние продуктов.

5. Поставки органических продуктов по договорам в учреждения здравоохранения, учреждения общепита, санатории, школы, вузы и другие объекты социального назначения.

6. Реализация органических продуктов перерабатывающим предприятиям для производства различных видов детского и функционального питания.

Поставки органических продуктов в торговлю, переработку и другие организации осуществляются на основе контрактов, заключенных между фермерами и соответствующими субъектами сферы реализации. Необходимым условием, разумеется, является наличие у фермера соответствующего сертификата на производство продукции по органическим технологиям.

В целях регулирования и контроля процессов реализации экологически безопасных (органических) продуктов, в том числе чрез систему

розничной торговли, во многих странах разработаны и осуществляются соответствующие правила и нормы. В странах Евросоюза основными нормативно-правовыми документами, регулирующими сферы производства и сбыта органических продуктов, в настоящее время являются:

1. Директива ЕС № 834/2007 от 28 июня 2007 года по органическому производству и маркировке органических продуктов и отмене Директивы (ЕС) № 2092/91.

2. Директива Комиссии (ЕС) № 889/2008 от 5 сентября 2008 года, которая устанавливает правила применения Директивы (ЕС) № 834/2007 по органическому производству и маркировке продукции в отношении органического производства, маркировки, контроля [3].

В указанных директивах определены правила маркировки органических продуктов. Она, в частности, может наноситься на переработанные пищевые продукты только в том случае, когда все или почти все их ингредиенты сельскохозяйственного происхождения являются органическими. При этом предусматривается возможность указывать способ (технологию) органического производства, чтобы обеспечить осведомленность потребителей и стимулировать увеличение в продукте органических ингредиентов. На всей территории стран ЕС требуется предотвращать возможность нанесения на неорганические продукты маркировки в терминах, применяемых для обозначения органических продуктов.

На рыночном пространстве Евросоюза признается необходимым, чтобы все упакованные органические пищевые продукты сообщества, были в обязательном порядке маркированы логотипом ЕС. В то же время не допускается использование этого логотипа для маркировки продуктов в процессе перехода к органическому производству или переработанных пищевых продуктов, в которых менее 95% их ингредиентов являются органическими. Нанесение логотипа ЕС не является препятствием для применения национальных или фирменных логотипов. При каждом использовании логотипа ЕС во избежание обмана покупателей содержится информация в какой местности было выращено сельскохозяйственное сырье, входящее в состав продукта.

В любом государстве ЕС не допускается использование на этикетках и в рекламных материалах, а также торговых документах на продукты терминов, относящихся к органическим продуктам («био» и «эко»), когда поставленные в торговлю товары фактически не являются продуктами органического производства. Не допускается также использование «органических» терминов в отношении продуктов, для которых на эти-

кетках или в рекламных материалах должно быть указано, что этот продукт содержит ГМО.

В соответствии с порядком, установленном в документах ЕС, определяются специальные требования к маркировке следующих видов продукции:

- органических кормов;
- продуктов растительного происхождения, произведенных в переходящий период (как правило, использование логотипа не допускается);
- материалов для вегетативного размножения и семян.

Государства-члены ЕС создают систему контроля в сфере производства и сбыта органических продуктов. В этих целях образуются компетентные органы контроля и надзора. Установлен порядок осуществления функций указанных органов. При выявлении отклонений от требований, установленных нормативно-правовыми документами, органы контроля и надзора обязаны проследить за тем, чтобы ссылка на органический способ производства пищевых продуктов была исключена из маркировки и рекламных материалов на всю партию или серию продукции, для которых было выявлено отклонение. При выявлении грубого нарушения (следственные действия) орган надзора или контрольный орган обязаны запретить оператору (субъекту) реализацию на рынке продукции, в маркировке и рекламных материалах которой имеется ссылка на органический способ производства, и передать соответствующую информацию компетентным органам государства-члена ЕС [3].

В США основным нормативно-правовым документом, регулирующим производство и реализацию органических продуктов, является «Акт об органическом производстве продуктов питания», принятый в 1990 году. Подобный нормативный акт есть и в Молдове. В Армении принят государственный стандарт по органическому производству, полностью аналогичный основным нормативно-правовым документам ЕС.

В России некоторые фермерские хозяйства производят органическую продукцию, сертифицированную по европейским стандартам. Большая ее часть идет на экспорт и стоит значительно дороже, так как фермерам необходимо платить за услуги иностранных сертифицирующих агентств.

Таким образом, на основе изучения и обобщения зарубежного опыта реализации экологически безопасных (органических) продуктов представляется возможным сделать следующие выводы:

1. В настоящее время в мире одной из выраженных тенденций в потреблении продуктов питания является возрастание потребительского спроса и потребительских предпочтений на продукты, произведенные на основе экологически безопасных (органических) технологий.

2. В контексте указанной тенденции во многих странах Европы и мира разработаны и действуют нормативно-правовые документы, в соответствии с которыми осуществляются процессы организации, регулирования и контроля на рынках продовольствия, включая сегменты органических продуктов.

3. Сформирована и совершенствуется система сбыта (реализации) органических продуктов, включающая специализированные торговые организации, фермерские хозяйства, перерабатывающие предприятия и другие субъекты.

4. Опыт стран ЕС и мира по реализации экологичных (органических) продуктов целесообразно использовать в Беларуси при разработке мероприятий и документов, обеспечивающих развитие органических технологий производства и формирование эффективной системы сбыта органических продуктов.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Развитие биоорганического сельского хозяйства / Гусаков В.Г.[и др.]. Минск, Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2012 – 75 с.
2. Грибоедова И.А.. Диверсификация агропродовольственного комплекса Республики Беларусь. / И.А. Грибоедова – Минск : ИООО «Право и экономика», 2014 - 358 с.
3. Нормативы органического производства европейского Сообщества. – Минск: Донарит, 2013. – 183 с.

**УДК 33:633.88**

#### **РАЗВИТИЕ РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННОГО РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Гремячева С.Ю., ассистент*

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск*

Ключевые слова: рынок, объемы производства, объемы продаж, ABC-анализ, коэффициент детерминации, трендовая модель.