

## МИРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Президент Республики Казахстан Нурсултан Назарбаев обозначил производство органических продуктов как одно из приоритетных направлений повышения конкурентоспособности отечественной продукции и развития экспортного потенциала страны [1].

Свидетельством тому служит подписанный им недавно закон «О производстве органической продукции». Целью закона является создание благоприятных условий для развития производства органической продукции, сохранение природных ресурсов, использование устойчивых систем управления природными ресурсами, включая почву, воду, воздух, поддержание биоразнообразия, повышение качества продуктов питания. Закон определяет правовые, экономические, социальные вопросы производства, переработки, маркировки продукции.

Для активной интеграции казахстанской продукции в мировую торговлю органической продукции актуально исследование развития мирового производства и торговли органической продукцией, международных правовых основ для торговли и выявления проблем для динамичного роста отечественного сектора.

В Казахстане на сегодняшний день реализовываются начальные шаги по созданию условий для развития производства и экспорта органической продукции.

Основным методом проведения исследования стал анализ данных отчетов и докладов ОТА – **Organic Trade Association**, IF-OAM – **International Federation of Organic Agricultural Movements**, Organic Monitor, FIBL – **Research Institute of Organic Culture**.

Определимся с основным понятием данного исследования – органическая продукция (organic product). Органическая продукция – это продукция экологического сельского хозяйства и экологического природопользования, произведенная по определенным правилам, которые закреплены в Директивах или стандартах экологического производства [2].

Некоторые эксперты считают, что под экологически безопасными продуктами следует понимать продукты, выращенные на безопасной территории без дополнительного применения минеральных удобрений, пестицидов и других техногенных воздействий [3].

По нашему мнению, под органической продукцией необходимо понимать продукцию, выращенную на экологически чистых территориях земли без добавления пестицидов, химических удобрений в соответствии с определенными требованиями и стандартами производства.

Стоит отметить, что соблюдение всех стандартов контролируется независимыми органами, и следует рассматривать только зарегистрированных производителей, которые работают согласно требованиям экологического производства и имеют право использовать отличительный знак экологической маркировки. Такое производство регулярно посещают представители с целью инспекции и сертификации, что гарантирует безопасность данной продукции.

Различают также продукты с искусственным добавлением полезных веществ, повышающих защитные функции организма (functional foods) и биологически активные добавки натурального происхождения (nutraceuticals), являющиеся экстрактами растений [4].

В мировой практике различают четкие критерии, позволяющие классифицировать органические продукты:

- не содержат генетически модифицированные ингредиенты,
- не содержат ингредиенты, выращенные при использовании пестицидов, гербицидов, ядохимикатов и искусственных удобрений,
- не содержат искусственные консерванты, красители и вкусовые добавки,
- продукты должны иметь на упаковке лицензионные символы «органика».

Большинство рынков экологической продукции регулируются Директивами, которые определяют требования к продукции, методам ее производства, маркировке.

Применяются главные типы экологических стандартов:

- а) международные частные или межправительственные рамочные стандарты, такие как Международные базисные стандарты (IFOAM Family Standards);
- б) основные действующие стандарты или директивы, как директивы ЕС (ЕЭС) №2092/91 или Американская национальная органическая программа;
- в) частные стандарты экологического производства, такие как Деметр (Demeter), Натурлэнд (Naturland), Биолэнд (Bioland) [5].

В мировой практике действует Международная независимая организация International Organic Accreditation Service (IOAS), которая

оценивает соответствие системы сертификации с требованиями международных норм [6].

На сегодняшний день в мире существует большое количество стандартов экологического сельского хозяйства, наиболее известные из них: американские, японские, швейцарские, стандарты ЕС.

В список организаций, регулирующих международные правила для производства, торговли органической продукции, добавились такие как FAO (Food and Agriculture Organization), WHO (World Health Organization), UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). В 1999 г. были приняты принципы Кодекса Алиментариуса, определяющие производство подобной продукции, которые впоследствии дополнялись и изменялись.

В целом по миру лидерами по площади органических земель можно выделить 10 стран, указанные в таблице 1.

Под органическими землями можно понимать экологически чистые территории, не загрязненные химикатами, пестицидами, ядовитыми выбросами и т.д.

Таблица 1 – Органические земли в разрезе стран, 2013 г.

№	Страна	Площадь в млн га
1	Австралия	17,2
2	Аргентина	3,2
3	США	2,2
4	КНР	2,1
5	Испания	1,6
6	Италия	1,3
7	Франция	1,1
8	Германия	1,1
9	Уругвай	0,9
10	Канада	0,9
	<i>Казахстан</i>	<i>0,3</i>

Источник: The World of Organic Agriculture 2015. FIBL – FOA, 2015, с. 56

Как видно из таблицы, наибольшие площади земель расположены в Австралии, Аргентине, США, что касается Казахстана, то в республике сертифицировано 0,3 млн. га земель. Возможно, в перспективе с развитием системы сертификации площадь таких земель увеличится.

Среди стран с наибольшим количеством производителей органической продукции: Ин-

дия, Уганда, Мексика, Танзания, Эфиопия, Турция, Перу, Италия, Испания, Польша.

Мировые продажи органических продуктов питания и напитков достиг 72 млрд. дол США в 2013 году. Объемы продаж органических продуктов питания увеличились с 15,2 млрд. дол. США (1999 г.) до 72 млрд. дол. США (2013 г.), и возросли в пять раз.

Среди стран Европы лидером по объему розничных продаж стала Германия. Объем продаж в Северной Америке составляет 35 млрд. дол. Здесь доминируют рынки США и Канады, формируя растущий спрос на подобную продукцию. Недостаток предложения наблюдается в секторе органических фруктов, овощей, мяса и молочных продуктов. В связи с этим в этом регионе открываются хорошие перспективы для иностранных импортеров органической продукции. В Азиатском регионе большой спрос на органические продукты питания наблюдается в КНР. Данное явление в основном связано с частыми фактами обнаружения некачественных продуктов питания в поставляемой крупными компаниями мясной и молочной продукции.

Несмотря на динамичный рост органических товаров, данная категория продуктов составляет 1% от общего объема продаж продуктов питания. Причина такой ситуации кроется в том, что спрос сконцентрирован в странах Европы и Северной Америки, что составляет 90% мирового объема продаж данной продукции. Несмотря на то, что Азия, Австралия, Латинская Америка и Африка стали крупнейшими производителями органических культур, на их рынках наблюдается низкий спрос. Здесь также имеет важное значение покупательская способность населения. Наибольший объем потребления органических продуктов в расчете на душу населения в 2013 году зарегистрирован в Швейцарии (210 евро), Дании (163 евро), Люксембург (157 евро). Такие цифры объясняются интересом населения к такой продукции, институциональной и правовой базой, разработанным планом развития органического производства и поддержкой государства.

Вообще мотивы для покупки органической продукции в странах разнятся: в США большинство потребителей покупают органические продукты питания, т.к. хотят быть здоровыми. В Европе потребители больше заботятся об окружающей среде, покупая эти товары, в КНР и в других странах Азии с органическими продуктами связывают высокое качество и более безопасное питание.

Рассматривая тенденции развития международной торговли органическими продуктами, многие эксперты отмечают ряд трудностей в анализе статистических данных экспорта и импорта. В ряде отчетов не все страны, принявшие нормы и директивы производства органической продукции, ведут отдельную статистику такой продукции. В связи с этим выделить всех экспортеров и импортеров продукции в динамике затруднительно.

Согласно отчету международной организации в мире крупнейшими экспортёрами органической продукции стали Италия, Нидерланды, Испания, США, Франция, Мексика, Канада, КНР.

Несмотря на всеобщее внимание к органическому земледелию и производству в мире, казахстанские производители пока только развивают эту новую отрасль. В 2013 году объем рынка казахстанских органических продуктов оценивался в 95 млрд. тенге, или около 51 млн. дол. Сегодня на долю потребления органических продуктов в Казахстане приходится около 0,1% от всех потребляемых продуктов в стране [6].

В республике официально зарегистрирована Казахстанская федерация движений органического сельского хозяйства KazFOAM. Перед этой организацией стоят задачи – формирование в РК спроса и предложения на органическую продукцию, формирование культуры потребления такой продукции, создание соответствующей законодательно-технической базы. Кроме того, эта федерация призвана помогать фермерам, имеющим проекты по развитию органического сектора.

Одной из основных проблем для развития органического производства является отсутствие политики, направленной на развитие этого сегмента. Рост органического сельского хозяйства сдерживается тем фактом, что в Казахстане нет полноценного правового регулирования и недостаточная помощь со стороны государства. Система сертификации для казахстанских производителей является основополагающим фактором, который сдерживает желающих развивать бизнес в этой области. Местные производители для сертификации своих продуктов вынуждены приглашать западных экспертов, что в итоге влияет на конечную цену самого продукта, делая его дороже на 10-30%. Сегодня в Казахстане насчитывается от 8 до 12 сертифицированных компаний, удельные затраты на производство которых выше в среднем на 20-40%. Для решения создавшейся проблемы можно предло-

жить создание государственных и частных учреждений, которые бы сертифицировали местных производителей органической продукции.

Основной сферой специализации отечественных производителей органической продукции – производство и экспорт органической пшеницы, органических фруктов и ягод, и др.

В случае создания специальных сертифицированных центров для производителей компании смогут получить конкурентное преимущество при продаже своей продукции как для внутреннего, так и для внешнего рынков. Основными мотивами для компаний, занятых в сфере органического производства, станет увеличение

спроса на продукты с соответствующим маркером, а также экспорт на международные рынки. Нарращивание объемов отечественных органических продуктов также привлекательно в свете того, что по прогнозам международных экспертов к 2020 году мировой рынок органической продукции может достичь оборота в 200–250 млрд. дол. в год.

Все мероприятия по содействию производства органических продуктов, в конечном счете, улучшат здоровье нации за счет производства и потребления органической продукции; уменьшат загрязнение окружающей среды и остановят деградацию земель в Казахстане.

### Литература

- 1 Послание Президента РК Н.А. Назарбаева народу Казахстана. Стратегия «Казахстан-2050». Новый политический курс состоявшегося государства. 14.12.12 г. <http://www.akorda.kz/ru>
- 2 Ходус А.В. Что такое экологически чистые продукты? //Бюллетень Центра экологической политики России. – №28. – 2004. – РФ. – С. 3.
- 3 Кондратьева И.В., Ходус А.В. Эко-сертификация: путь к ответственному рынку. //Бюллетень Центра экологической политики России. – №28. – 2004. – РФ. – С. 6.
- 4 Крупина Н. Н. Экологическая азбука потребителя. – СПб.: Инфо-да, 2005. – 35 с.
- 5 The World of Organic Agriculture 2015. FiBL – FOA, 2015. – С. 129.
- 6 Sustainability and Quality of Organic Food. FiBL, 2015. – С. 10.

### References

- 1 Poslanie Prezidenta RK N.A. Nazarbaeva narodu Kazahstana. Strategija «Kazahstan-2050». Novyj politicheskij kurs sostojavshegosja gosudarstva. 14.12.12 g. <http://www.akorda.kz/ru>
- 2 Hodus A.V. Chto takoe jekologicheski chistye produkty? //Bjulleten' Centra jekologicheskaj politiki Rossii. – №28. – 2004. – RF. – S. 3.
- 3 Kondrat'eva I.V., Hodus A.V. Jeko-sertifikacija: put' k otvetstvennomu rynku. //Bjulleten' Centra jekologicheskaj politiki Rossii. – №28. – 2004. – RF. – S. 6.
- 4 Krupina N. N. Jekologicheskaja azbuka potrebitelja. – SPb.: Info-da, 2005. – 35 s.
- 5 The World of Organic Agriculture 2015. FiBL – FOA, 2015. – S. 129.
- 6 Sustainability and Quality of Organic Food. FiBL, 2015. – S. 10.