

ОРГАНИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

О.В. Мироненко, исполнительный директор Национального органического союза

МИРОВОЙ РЫНОК ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Рынок органических продуктов – один из самых динамично развивающихся в мире. С 2000 по 2016 г. он вырос более чем в пять раз (с 18 до 90 млрд долл.), что составляет более 10 % всего мирового сельхозрынка. Таким образом, органическое производство стало не менее выгодным, чем экспорт/импорт обычных вооружений (в 2015 г. составил порядка 93 млрд долл.).

По прогнозам Grand View Research, в 2017–2020 гг. рынок продолжит свой рост со скоростью 15–16 % в год и достигнет в 2020–2022 гг. порядка 212 млрд долл., что составит уже более 20 % от мирового рынка сельхозпродукции.

Лидером по объему рынка органической продукции являются США, на долю которых приходится 43 % (рис. 1). Далее с достаточно существенным отставанием идут страны ЕС и Китай.

Однако по количеству продукции, потребляемой на душу населения, европейские страны существенно опережают всех в мире.

Численность людей, постоянно потребляющих органические продукты, за 15 лет в мире также выросла не менее чем в пять раз и составила около

700 млн человек. Основные потребители – люди с высоким или средним достатком, проживающие в благополучных, развитых странах, как видно из рис. 2.

В 2016 г. впервые страны Европы признали, что рынок потребления органических продуктов в ЕС растет быстрее, чем их производство. Сегодня Европа и США стали рассматривать развивающиеся рынки как на наиболее перспективные с точки зрения обеспечения потребления. Это подтверждается тем, что наибольшее количество производителей находится в Индии, Эфиопии и Мексике (рис. 3).

ПРОИЗВОДСТВО ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Всего в мире сертифицировано 2,4 млн производителей органической продукции. Однако, в отличие от США и России, где на одно предприятие может приходиться от сотни до нескольких тысяч гектаров земли, все эти производители в среднем располагают не более 3–4 га. В Европе этот показатель находится на уровне 20–25 га.

Всего в мире сертифицировано около 43 млн га для производства органической продукции. По количеству сертифицированных земель аб-

солютным лидером является Австралия (рис. 4), где сертифицированы около 23 млн га земли.

Как мы видим на рис. 5, почти 70 % сертифицированных в мире земель – это пастбища, сертификация которых более простая, и финансовые вложения для их поддержания в органическом состоянии минимальны. Однако более важным здесь является количество земель под пашней, не превышающих 15 %. Несмотря на то что лидером по пахотным землям сегодня являются США, по потенциалу здесь безусловный лидер – Россия, которая имеет 28 млн залежных земель (сельскохозяйственные земли, длительное время не использовавшиеся, а значит, в них не вносились удобрения, гербициды и т.п.), большая часть из которых – пашня.

Важным показателем является и соотношение используемых под органику земель к общему объему сельскохозяйственных земель. Более чем в 60 % стран этот показатель не превышает 1 %, только в европейских странах этот показатель более 10 %.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

По данным FIBL за 2015 г., из 230 стран мира в 179 культивируется органическое сельское хозяйство, 87 из

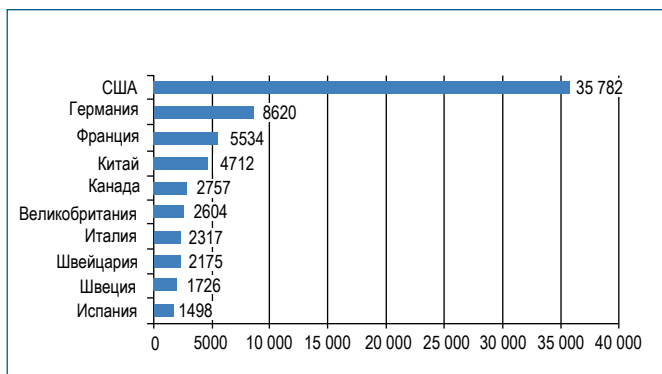


Рис. 1. Десятка стран с наибольшими объемами органического рынка, млн евро

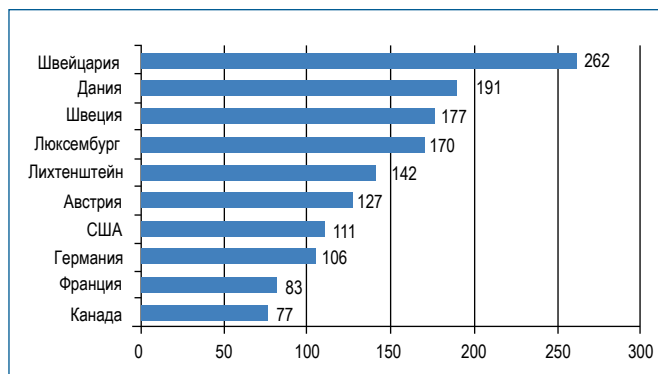


Рис. 2. Десятка стран с наибольшим потреблением органической продукции в расчете на одного жителя, евро

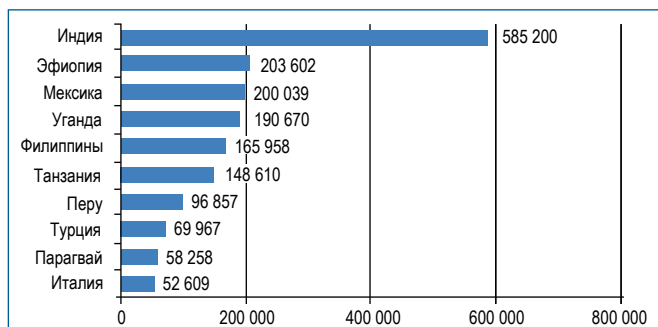


Рис. 3. Первая десятка стран с наибольшим количеством сертифицированных производителей органической продукции (2015 г.)

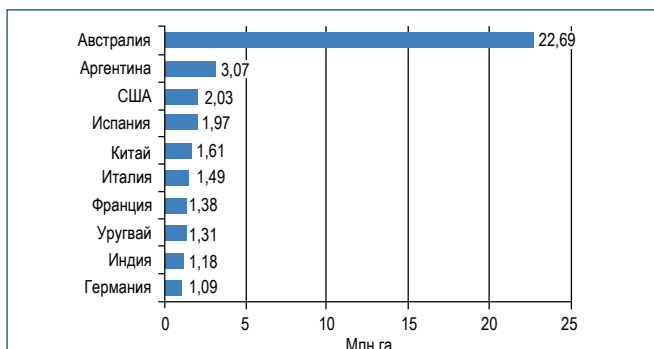


Рис. 4. Десять стран с наибольшим количеством сертифицированных органических земель, млн га

них имеют собственные законы в сфере производства и оборота органической продукции, 17 стран находятся в процессе разработки и принятия нормативно-правовой базы в сфере органического земледелия, 20 стран используют стандарты в отсутствие законов. Наиболее развитые системы регулирования органического сельского хозяйства существуют в Европе, США, Японии, Индии, Канаде и Китае. Более того, в ряде стран СНГ также приняты законы об органическом сельском хозяйстве, в частности в Молдавии, Грузии, Армении, на Украине. В октябре 2015 г. аналогичный закон принят в Казахстане; идет подготовка законодательства в Белоруссии. Россия – фактически последняя из развитых стран, в которой понятие органической продукции законодательно не отрегулировано.

ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ РЫНОК ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Несмотря на это, российский органический рынок до 2014 г. показывал достаточно интенсивный рост: в среднем с 2010 г. прирост составлял приблизительно 10 % в год, но кризис и целый ряд косвенных факторов привели к тому, что 2015–2016 гг. отмечен рост гораздо меньший, чем планировали (приблизительно 4 %). При этом некоторые эксперты утверждают, что наблюдался режим стагнации и даже падения.

В начале 2000-х гг. объем рынка составлял 16 млн долл. (100 % этого объема – импорт), а сегодня достигнут показатель 160 млн долл. (причем 10 % – это отечественная сертифицированная продукция). Несмотря на неплохие показатели роста в

абсолютных величинах, наша доля органической продукции в мировом рынке составляет лишь 0,15 % (рис. 6). Если в ближайшее время ситуация не изменится, то импортировать будет такое количество органической продукции, что самим производить ее будет невыгодно. При этом Россия, учитывая природные условия, низкий уровень загрязнения окружающей среды, развитие транспортной инфраструктуры, наличие пастбищных угодий, имеет значительные возможности по внедрению органической системы хозяйствования.

Сегодня в России сертифицировано 385 тыс. га земли (рис. 7). Это 17-е место в мире по количеству сертифицированной земли и одно из первых по ее приросту в 2014–2015 г. Однако, в отличие от многих стран, не менее 30 % из этого количества сертифицировано под будущие проекты. Например, в Московской области сертифицировано более 10 тыс. га земли, которые реально в сельском хозяйстве сейчас не используются. Такая тенденция характерна именно для нашей страны, где земли достаточно много.

В европейских странах количество сертифицированной земли практически равно количеству обрабатываемой.

Количество сертифицированных органических сельскохозяйственных производителей в России, по данным нашего союза, составляет (80±6–7) компаний (сегодня база сертификатов является закрытой) (рис. 8). Для наполнения рынка такого количества недостаточно. Данные показывают, что потребление органической продукции в России растет неплохими темпами, и для того, чтобы соответствовать развитию потребительского спроса, мы должны увеличивать количество сертифицированных предприятий до 200 в год. В таком случае в течение 8–10 лет можно будет приблизиться к показателям ведущих европейских стран. Однако сегодня наш прирост составляет не более 4–5 предприятий в год. Несложно посчитать, что при таких показателях мы решим проблемы своего рынка лет через 400–500.

Во многом это объясняется и тем, что у нас в стране 95 % инвестиций в этот сектор – частные. Сегодня госу-

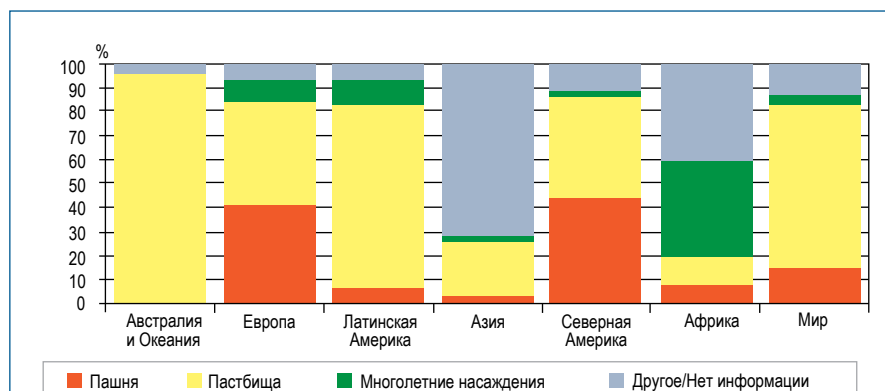


Рис. 5. Структура органических сельскохозяйственных угодий

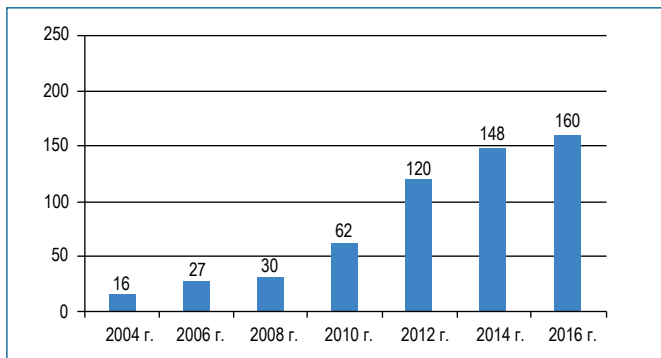


Рис. 6. Органический рынок в РФ, млн руб.

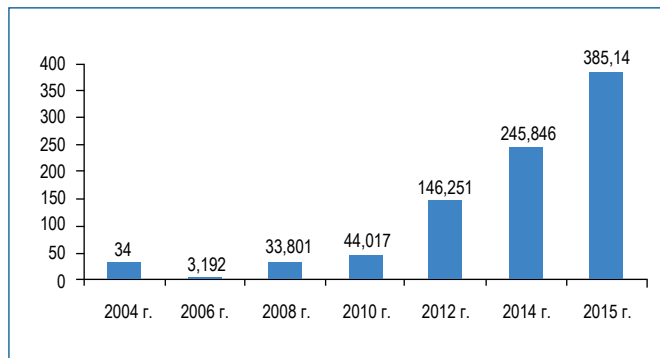


Рис. 7. Количество сертифицированной в РФ под органику земли, тыс. га

дарство практически не участвует в становлении данного направления сельского хозяйства. США и Европа живут по другому принципу, вкладывая большие средства в развитие сектора и предоставляя государственные дотации органическим фермерам.

При этом для малых форм хозяйствования, которые в условиях нашего членства в ВТО не могут конкурировать с крупными производителями, производство органической продукции может явиться окном возможностей, позволяющим им не просто выживать, а полноценно конкурировать с крупными компаниями за счет высокого качества продукции. Для многих населенных пунктов РФ занятие органическим сельским хозяйством может стать не просто опцией, а единственно возможной моделью развития.

Отличительной особенностью наших производителей сертифицированной органической продукции является приверженность «органической идее». Например, в странах Прибалтики многие занимаются органикой только с чисто коммерческих позиций: это либо получение больших дотаций, либо некий цено-

вой диапазон, который позволяет им достаточно выгодно продавать свою продукцию. Поэтому с этой точки зрения наш сектор производства более устойчив.

По структуре производства российский рынок становится похож на европейский. Например, в Европе большинство производителей производят фрукты, овощи и крупы, такая же ситуация и в России (рис. 9). Второе место и на отечественном, и на зарубежном рынке занимает молочная продукция.

Исследования 2013–2016 гг. показывают, что главный мотив потребления органики – забота о здоровье. Согласно исследованиям TNS и «Яндекс-маркет», органику в России главным образом покупают домохозяйки для семьи и родных, мамы для своих детей (40%). Просто приверженцев здорового образа жизни среди покупателей – примерно треть. Тех, кому ее нужно потреблять по медицинским показаниям, – всего десятая часть, и столько же составляет так называемый сегмент luxury. Оставшиеся 5% покупателей органики переплачивают за дань моде. В то время как в 2007–2008 гг. основ-

ным являлся сегмент luxury, который составлял более 90% покупателей. Можно сделать вывод о том, что целевой сегмент сформировался и в дальнейшем будет развиваться (рис. 10).

Устав от маркетинговых уловок, сегодня до 80% убежденных приверженцев органики в РФ покупают ее только у проверенных производителей, что также сдерживает развитие рынка.

Основное отличие нашей страны от Европы – это объем потребления органических продуктов на душу населения. Устойчивой группой с точки зрения потребления органических продуктов является менее 1% населения. Расходы на покупку органических продуктов в России составляют менее 1 евро на душу населения в год, в то время как в Швейцарии – 262 евро.

Складывается любопытная ситуация: 58% россиян хотели бы приобрести органическую продукцию (источник: РОМИР и экспертный анализ ЦКС в г. Москве all-market.info (2013–2014 гг.); 21% россиян «знают детально, что такое органические продукты питания» и при возможно-

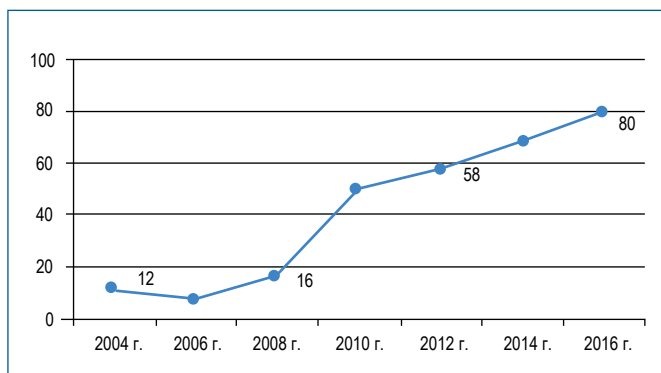


Рис. 8. Количество сертифицированных органических сельскохозяйственных производителей в РФ, руб.

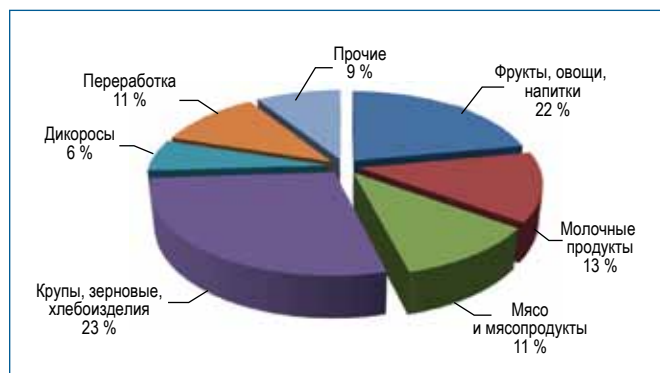


Рис. 9. Российское органическое производство по видам деятельности

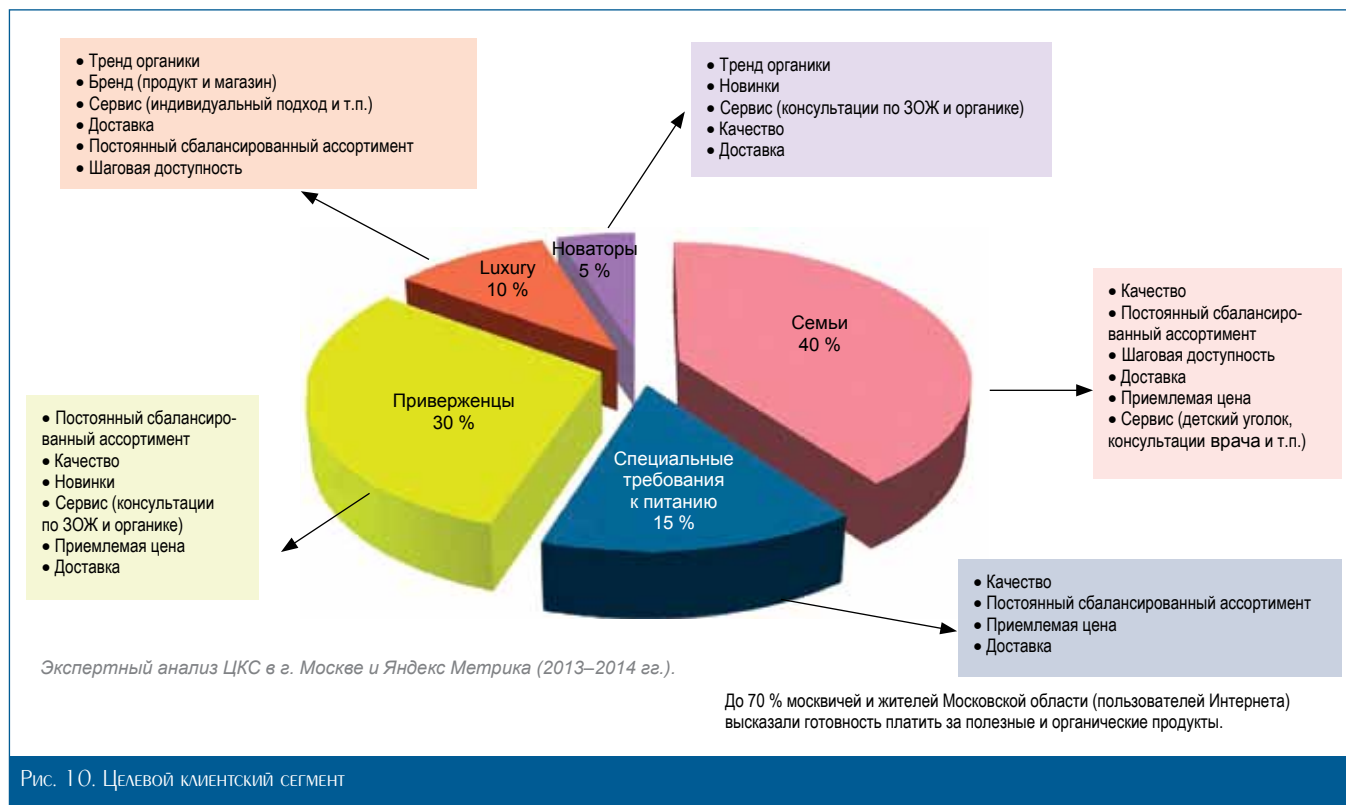


Рис. 10. Целевой клиентский сегмент

сти стараются покупать именно их (источник: Фонд «Посткризисный мир»), а рынок органики в продовольственном секторе РФ официально занимает долю не более 0,1 %. А ведь устойчивым сектор можно считать, если его доля составляет не менее 10–15 %.

Анализ отказа от покупки органической продукции определил следующие сдерживающие формирование спроса причины:

1. Высокая стоимость органических продуктов.
2. Низкий уровень информированности населения об органических товарах и потребительская некомпетентность, несмотря на то что в информационном пространстве (Интернет, телевидение и т.д.) часто поднимаются вопросы, связанные с органическим производством.
3. Ведение потребителя в заблуждение псевдомаркировкой. Многим потребителям трудно определить, является ли продукция действительно органической.
4. Неспособность большинства потребителей без специальной помощи отличить органическую продукцию от неорганической.
5. Формирование спроса в большей степени в крупных мегаполисах с вы-

сокой плотностью населения, плохой экологической обстановкой и высокой платежеспособностью населения.

6. Отсутствие национальной, эквивалентной международным нормам и правилам системы стандартизации, сертификации и контроля органической продукции значительно тормозят темпы развития внутреннего рынка.

Сегодня органические товары – это ханди крафт. И как каждый ханди крафт, имеет стоимость выше цены обычного товара. Средняя разница между обычным товаром на полке и органическим составляет 2–3 раза (в развитых европейских странах – 15–50 %). В условиях кризиса такая разница в цене, без сомнения, влияет на выбор покупателя (рис. 11).

Огромным преимуществом органического рынка является верность потребителей продукции, несмотря на кризис: начав правильно питаться, человек старается не возвращаться к старым привычкам. По мнению специалистов, несмотря на проблемы как правового, так и экономического характера, есть шансы удержать клиентов в 2017 г., потеряв часть выручки только из-за снижения среднего чека.

Естественно, работать себе в убыток никто не будет, поэтому в 2017 г. придется искать возможности снижения себестоимости органической продукции. Сегодня каждый производитель замкнут на свое производстве. В секторе практически отсутствует кооперация между производителями и переработчиками, производителями и сетями, производителями и научным сообществом и т.д. Поэтому последующие годы должны стать годами развития кооперации и специализации по данному направлению деятельности. Это приведет к появлению новых участников, особенно в мало задействованных сегментах (например, переработке). Поскольку процессы не будут замыкаться только на производителе, начнут приходиться новые технологии. В ценовом диапазоне соотношение цены органики и неорганики будет снижаться. Совокупность всех факторов должна повлиять на цену органических продуктов.

КАНАЛЫ СБЫТА

В каждой стране процесс формирования и развития рынка органической продукции носит свои специфические черты, в том числе и в каналах сбыта.

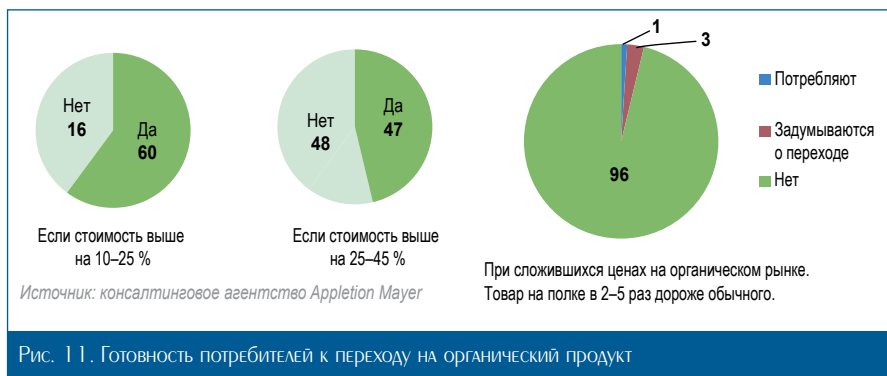


Рис. 11. Готовность потребителей к переходу на органический продукт

По географии наиболее перспективными центрами торговли органической продукцией являются Москва и Санкт-Петербург, на их долю в настоящий момент приходится более 70 % продаж (из них приблизительно 70 % – на Москву, 30 % – на Петербург). Следует отметить тот факт, что в Москве количество магазинов натуральных продуктов и чистых экологических продуктов в разы превышает количество магазинов в Петербурге. Однако рынок Петербурга находится только на стадии формирования, что позволяет новым игрокам появляться на нем без входных барьеров.

Несмотря на то что исследования указывают на большую потребность россиян в органических продуктах, магазинов, торгующих органикой, в России немного, а цены в них очень высоки. В Санкт-Петербурге биопродукты реализуются преимущественно в интернет-магазинах. По мнению производителей органики в Питере, это связано с небольшим сроком хранения таких продуктов, что ведет к невозможности выставлять их на розничных полках. Через розничные магазины реализуются только продукты длительного хранения (мед, подсолнечное масло, орехи и т.п.). Однако в Москве и ряде других круп-

ных городов схема продажи «скоропорта» через розничные магазины успешно реализуется.

Наиболее значительным каналом реализации органической продукции в РФ являются супермаркеты, доля которых составляет в общей структуре более 50 %. Также популярны органические специализированные магазины – их доля достигает 20–25 %. Остальная продукция реализуется через прямые продажи, продажу на рынках, через Интернет и т.д. По данному фактору мы близки к показателям ведущих стран мира (см. таблицу).

Органическое сельское хозяйство, как особое направление сельскохозяйственного производства, требует отдельного законодательного регулирования, в связи со спецификой отношений, возникающих в процессе его ведения. Нормативно-правовой вакуум в этом секторе очень тормозит развитие рынка органики в РФ. В настоящее время проект Федерального закона «О производстве и обороте органической продукции» согласован с ФОИВ и внесен на утверждение в правительство.

Во время разработки закона были подготовлены три национальных стандарта, регламентирующих правила производства и оборота орга-

нических продуктов и сертификации производителей, которые утверждены и введены в действие. Это небольшая часть тех документов, которые должны быть приняты параллельно с принятием закона.

В настоящее время обязательными условиями производства органической продукции являются:

- подтверждение соответствия органического производства, осуществляемого в форме добровольной сертификации, в соответствии с законодательством РФ о техническом регулировании;
- внесение производителей органической продукции в государственный реестр.

Ряд вопросов требует подготовки нормативно-правовых актов и отработки порядка их применения на практике. В их числе – порядок нанесения графического изображения, форма которого и порядок использования определяются федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством РФ. Кроме того, это важнейшие вопросы государственной поддержки производителей органической продукции, являющихся сельскохозяйственными товаропроизводителями, а также проблемы развития инфраструктуры сектора.

Если это не начать делать уже сейчас, законодатели вынуждены будут отложить введение в действие ряда статей закона на неопределенный период.

Сложившаяся в РФ к концу 2016 г. система органической сертификации после принятия закона уже не сможет работать. Обязательным условием станет аккредитация в национальном органе – Россакредитации, что сегодня не может осуществить ни один сертифициатор.

На территории России работают три российских сертифициатора (сертифицируют по собственным системам добровольной сертификации, зарегистрированным в Росстандарте и по соглашению с европейскими инспекционными компаниями), а также 15 зарубежных сертифициаторов, у которых есть разрешение ЕС на инспекции в РФ (работающих – 9, имеющих право на это в рамках законодательства РФ – 2, аккредитованных – 0).

Доля реализации органической продукции по различным каналам

Страна	Доля продаж по различным каналам реализации, %				
	Супермаркеты	Органические супермаркеты	Специализированные магазины	Прямые продажи производителей	Другие каналы (булочные, мясные лавки, общественное питание, интернет-магазины)
Дания	90	-	4	6	-
Франция	45	26	12	12	-
Италия	86,5	-	13,5	-	-
Великобритания	72,3	-	15	2,8	9,9
США	54	39		7	



Рис. 12. Основные направления развития органического сельского хозяйства в Республике Татарстан

Достаточно ли этого и сколько из них будет работать в российской сертификационной системе после принятия закона и дальнейшего роста производства органики в России, сегодня предсказать сложно.

Важно здесь и доверие к сертифициаторам. И это не только качество их работы, но и выстроенная система общественного контроля за ними и за теми, кого они сертифицируют. И здесь немаловажную роль должны сыграть общественные объединения органических производителей и потребителей.

В ст. 9 п. 1 закона указано, что продукция может быть промаркирована как органическая лишь после внесения ее в Государственный реестр производителей органической продукции РФ. Работу над созданием реестра планируется начать лишь после принятия закона. В результате закон может вступить в силу, а маркироваться как органическая продукция не сможет даже после прохождения сертификации. Поэтому работа над созданием реестра должна начаться уже сейчас. Минсельхоз России совместно с Роспотребнадзором должны определить порядок ведения данного реестра, требования, предъявляемые к производителю органической про-

дукции для включения в него, разместить тестовую версию реестра в Интернете. Не решен вопрос и о том, кто будет вводить данные в реестр. Основное мнение – это должны делать сертифициаторы.

В РФ отсутствует графическое изображение органической продукции. Не хотелось бы повторить опыт Украины, которая получила органический знак после двух лет начала действия закона. В соответствии с мировым опытом Минсельхозу России необходимо провести публичный конкурс на разработку такого изображения. Национальный органический союз готов помочь в этой работе.

Производство органической продукции в перечень приоритетных проектов Правительства РФ в 2016–2017 гг. не попало. В госпрограмме, которая предусматривает выделение и развитие новых приоритетных направлений АПК на 2013–2020 гг., а также дополнительные объемы ресурсного обеспечения, органики также нет. Следует ли из этого, что дальнейшее развитие органики будет происходить за счет энтузиазма органических производителей без участия государства в данном процессе? Нет. Ряд регионов уже сейчас достаточно активно работает в дан-

ном направлении. К таким регионам можно отнести Республику Татарстан, Ярославскую, Белгородскую, Калужскую области.

Республика Татарстан – первый регион, который провел полный целевой анализ своей территории. Были опрошены производители на 44 территориях, на которых было проведено ранжирование сельхозпредприятий, которые хотят заниматься органическим земледелием, и определено, готовы ли они к этому реально. Основные направления развития органического сельского хозяйства в Республике Татарстан представлены на рис. 12.

В 2016 г. состоялось большое количество мероприятий, посвященных органическому движению. Были проведены две конференции федерального уровня, количество участников в каждой из которых составило более 170 человек, множество региональных. Кроме этого, прошло более 10 специализированных мероприятий различного уровня. Также в 2016 г. появились первые элементы подготовки кадров. Образовательную деятельность проводили Институт органического земледелия, ФГБОУ «Федеральный центр сельскохозяйственного консультирования и переподготовки кадров агропромышленного комплекса» и Научно-исследовательский институт экологического сельского хозяйства и природопользования.

У органического рынка есть перспективы, поскольку аудитория людей, преданных органической продукции, в России есть и в будущем будет расти. Поэтому мы смотрим с оптимизмом в 2017 г. и последующие годы.

На самом высоком государственном уровне говорится о производстве экологически чистых продуктов как о государственном приоритете. При этом одни, получая команду, воспринимают ее как проблему и теряются, другие – как задачу и при этом ищут способы ее решения.

Развитие органики в РФ – не проблема, а задача, которую мы должны вместе решить.

Подробную информацию о Национальном органическом союзе можно найти на сайте www.rosorganic.ru. 💧