

# ОРГАНИЧЕСКОЕ СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО — ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

На конференции «Россия на мировом рынке органической сельхозпродукции», которая прошла в Москве в рамках агровыставки «Золотая осень», обсуждались проблемы участников органического рынка и пути их решения.

Рынок органических продуктов активно развивается и в России, и во всем мире. В 90-е годы органическую продукцию выращивали лишь энтузиасты. В 2000-х стал активно формироваться спрос на экологически чистые продукты, но экономический кризис и наличие большого количества фальсифицированных продуктов тормозили развитие рынка. В 2018 году был принят закон об органическом земледелии, который, как планируется, избавит рынок от фальсификата и даст ему новый импульс развития.

В ближайшие два года Россия должна вдвое увеличить свой экспортный потенциал. Ожидается, что значительную часть мирового рынка органики займут продукты из России.

«Органическое сельское хозяйство может и должно быть перспективной составной частью российской АПК, имеющей большое значение не только здесь и сейчас, но и для будущих поколений», — говорит председатель правления Союза органического земледелия Сергей Коршунов.

## Что нужно для развития органического земледелия?

Айна Кусаинова, заместитель директора Департамента агропромышленной политики Евразийской экономической комиссии, считает, что для развития рынка органических продуктов в любой стране должны соблюдаться три главных условия.

1. Популярность здорового образа жизни. Значительная часть жителей страны должна заботиться о своем здоровье, заниматься спортом, правильно питаться. Такие люди являются потенциальными потребителями органических продуктов. В России это направление развивается, с каждым годом число поклонников здорового образа жизни увеличивается, но их значительно меньше, чем на западе или в Китае.

2. Экологическая обстановка в регионах должна быть благополучной и пригодной для органического сельско-

го хозяйства. В России экологическая обстановка лучше, чем во многих других странах, и возможностей заниматься органическим сельским хозяйством больше. Япония, например, является крупным потребителем органических продуктов, но в стране нет достаточного количества земли нужного качества, и значительную часть продуктов приходится импортировать. Иностранные участники органического рынка видят большие перспективы сотрудничества с Россией, в стране появляется много совместных предприятий. Так, на выставке «Золотая осень» велись серьезные переговоры о возможности производства в России органических кормов для животноводов из Франции.

3. У жителей страны должна быть экономическая возможность покупать органические продукты. Это одно из главных условий, так как органические продукты значительно дороже традиционных. Казахстан и Армения, например, развивают отечественное органическое производство, ориентируясь на экспорт, так как органика не сможет занять значительную долю внутреннего рынка из-за низкой платежеспособности населения.

В настоящее время в России действуют две противоположные тенденции. С одной стороны, платежеспособность значительной части населения падает, и многие вынуждены покупать дешевые продукты питания низкого качества. С другой стороны, среди людей со средним и высоким достатком растет число сторонников здорового питания, потребления «правильных» продуктов. Производители органики уже создали портрет типичного потребителя своих продуктов: это житель мегаполиса 30–45 лет, квалифицированный специалист со средним или высоким доходом, занимается спортом, правильно питается, заботится об экологическом благополучии региона.

В развитых западных странах потребителями органических продуктов являются практически все слои населения, причем привычка питаться правильно прививается с детства. Так, в Швеции 50% продуктов в детских садах и школах — органические. В скором времени планируется довести эту цифру до 60%. Потребление органических продуктов благоприятно сказывается на здоровье детей и формирует правильные пищевые привычки на всю жизнь.

В России ситуация иная — детские учреждения должны объявлять тендер на поставку продуктов и заказывать их у того производителя, который предложит оптимальную цену. Органическая продукция стоит дороже традиционной, поэтому производитель выиграть тендер на поставку продуктов питания в детские учреждения не может. Органические продукты не могут попасть в детские учреждения не только из-за высокой стоимости, но и различных бюрократических процедур. Например, детские сады не покупают полезное органическое козье молоко, так как в нормах питания дошкольников указано молоко коровье. Технологи не решаются включить в рацион детей козье молоко, опасаясь «а как бы чего не вышло».



### Что такое органическое земледелие?

Специалисты мирового уровня в области органического земледелия отмечают, что в России часто неверно толкуют и сам термин «органическое земледелие».

— Понимание термина «органическое земледелие» в России и на Западе отличается, — говорит член Королевской шведской академии сельского и лесного хозяйства Гуннар Рундгрэн. — В России очень много земли. Вы можете распахать пустующий участок, несколько лет выращивать на нем овощи, а когда ресурсы почвы будут исчерпаны, взять другой участок. У нас фермер работает на одной и той же земле многие годы. Термин «органическое земледелие» подразумевает не только получение качественных овощей и фруктов, но и систему ухода за почвой.

Производитель на Западе должен вносить в достаточном количестве органические удобрения и поддерживать плодородие почвы. В России агропроизводители используют меньше удобрений, чем это необходимо, что часто приводит к деградации почвы. Более того, есть компании, которые производят органическую продукцию только потому, что у них нет средств купить химические удобрения и инсектициды и вести работы традиционным способом.

Нужно отметить, что такая ситуация сложилась не по вине сельхозпроизводителей. Производители органических продуктов в качестве удобрения чаще всего используют переработанный навоз. На Западе его легко купить. В России официально навоз перерабатывает небольшое количество предприятий, да и они переживают трудные времена после принятия закона, приравнивающего переработку навоза к химическому производству. Когда российская компания получает сертификат «органик» от международной сертифицирующей организации, вместе с сертификатом она получает большое количество ограничений. Найти удобрения, удовлетворяющие всем условиям сертифициатора, сложно. Действительно, иногда проще не вносить удобрения вовсе, а давать земле «отдохнуть», засеивая сидератами.

### Какая работа ведется для улучшения ситуации на органическом рынке?

1. В 2018 году был принят закон, согласно которому в 2020 году знак «органическая продукция» смогут использовать только сертифицированные компании, продукция которых прошла проверку. И это будет единый логотип, вызывающий доверие покупателя. Сегодня множество логотипов указывают на органический продукт: «эко», «био», «100% натурально», «живая еда» и так далее. Их может ставить любой производитель на непроверенный продукт. 98% продуктов, маркированных подобными значками, не являются органическими на самом деле. Потребители знают это и не верят подобным знакам. Производители настоящей органической продукции часто не заинтересованы проходить сертификацию в России — она не поможет завоевать внутренний рынок. Им более выгодно получить европейский знак «органик» и продавать продукцию на экспорт.

— Российского сертификата органической продукции у нас нет, и мы его не планируем получать, — говорит генеральный директор ООО «ТДС-групп»/«СибБиоПродукт» Станислав Гурьев. — У нас есть европейский сертификат, к которому больше доверия и у нас, и в Европе.

«СибБиоПродукт» поставляет органические продукты (в основном бобы и дикоросы) из Сибири в Англию и другие страны Европы. Генеральный директор предприятия Станислав Гурьев считает, что проблема Рос-



сии не сводится к одним только фальсифицированным продуктам. Инфраструктура страны не приспособлена для органических продуктов. Компания открыла склад в Литве и отправляет продукты не через российский, а через литовский порт. По мнению руководства, так можно быть полностью уверенными, что органическая продукция компании не будет перемешана с другой, традиционной.

2. Неправомерное использование знака «органик» будет вести к штрафным санкциям. Это необходимая мера. В Евросоюзе неправомерное использование знака «Органический продукт» встречается крайне редко, так как это наказывается большим штрафом, который может уничтожить всю компанию. Размер штрафных санкций может доходить до годового оборота компании, недобросовестный производитель может потерять бизнес.

3. Много делается для того, чтобы органическая продукция смогла выйти на мировой рынок. В таком случае предприятие будет рентабельным и перестанет нуждаться в постоянных государственных субсидиях.

— Вы много субсидируете сельское хозяйство, но правильная организованная органическая ферма сама приносит доход своему владельцу и не требует дополнительных денежных вливаний, — говорит Геральд Аксель Херрманн, директор Organic Services GmbH, президент Международной федерации движения за органическое сельское хозяйство 2005–2008 г.

4. Ведется работа по гармонизации российских, американских и европейских стандартов органической продукции. Сейчас они серьезно отличаются. В новом законе об органическом земледелии к органическим продуктам в России предъявляются даже более строгие требования, чем на Западе. Например, у нас гидропонные продукты не считаются органическими, а в США — считаются. В идеале предприятие, сертифицированное в России как органическое, должно без затруднений получить и европейский сертификат.

— Если российские производители смогут получить европейский сертификат и выйти на внешний рынок, спрос на их продукцию будет, — со знанием дела говорит Ангелика Вохльмут, сотрудник коммерческого отдела посольства Австрии в Москве.

Все эксперты сходятся во мнении, что на рынке органических продуктов есть большие возможности для развития как внутри страны, так и за границей. К примеру, емкость рынка органических продуктов одного только Китая достигла 4,5 млрд долларов. Смогут ли отечественные производители воспользоваться возможностями для роста и перейти на новый уровень развития, покажет время.