

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2018, №6, Том 10 / 2018, No 6, Vol 10 <https://esj.today/issue-6-2018.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/70ECVN618.pdf>

Статья поступила в редакцию 25.12.2018; опубликована 12.02.2019

Ссылка для цитирования этой статьи:

Красовская Н.В., Деев А.С., Черноморченко С.И. Российский рынок органических продуктов питания: проблемы и перспективы // Вестник Евразийской науки, 2018 №6, <https://esj.today/PDF/70ECVN618.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Krasovskaya N.V., Deev A.S., Chernomorchenko S.I. (2018). Russian market of organic food: problems and prospects. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 6(10). Available at: <https://esj.today/PDF/70ECVN618.pdf> (in Russian)

УДК 330.15

ГРНТИ 06.71.07

Красовская Надежда Викторовна

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Тюмень, Россия
Доцент кафедры «Менеджмента, маркетинга и логистики»
Кандидат экономических наук
E-mail: Nadezda_3161@inbox.ru

Деев Алексей Сергеевич

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Тюмень, Россия
Доцент кафедры «Менеджмента, маркетинга и логистики»
Кандидат философских наук
E-mail: alks16@gmail.com

Черноморченко Светлана Ивановна

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Тюмень, Россия
Доцент кафедры «Менеджмента, маркетинга и логистики»
Кандидат педагогических наук
E-mail: chernomorchenko@rambler.ru

Российский рынок органических продуктов питания: проблемы и перспективы

Аннотация. Статья посвящена определению основных тенденций и возможностей роста рынка органических продуктов питания в России. Проведенный авторами анализ состояния этого рынка в стране позволил определить его сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы. На основе анализа выделены основные тенденции и проблемы развития рынка органических продуктов питания в России. Одна из главных – ориентация розничной торговой сети в нашей стране на сертифицированные импортные органические продукты питания премиум-класса по высокой цене делает их недоступными для массового российского потребителя, у которого есть большой спрос на продукцию данного вида. Исследование показало, что, несмотря на существование высокого потенциала, этот рынок почти не развит. В статье авторами предложены возможности для роста рынка органических продуктов питания в России.

Объектом исследования в статье выбран российский рынок органических продуктов питания. Предмет исследования – влияние развития российского рынка органических

продуктов питания на уровень развития «зеленой» экономики и устойчивое развитие городов страны.

Целью исследования является разработка путей развития отечественного рынка органических продуктов питания для развития «зеленой» экономики и устойчивого развития городов России.

Для проведения исследования были использованы такие методы, как факторный анализ, индивидуальный экспертный опрос, оценка уровня развития российского рынка органических продуктов питания.

Результатом проведенного исследования явилась систематизация характера влияния эффективного развития отечественного рынка органических продуктов питания для интенсивного развития «зеленой» экономики и устойчивого развития городов России.

Ключевые слова: органические продукты питания; устойчивое развитие города; «зеленая» экономика; конкурентоспособность страны; развитие села; экомаркировка; сертификация продукции

В 2017 году Всемирный экономический форум оценил уровень глобальной конкурентоспособности 137 стран по таким показателям как качество институтов, инфраструктура, макроэкономическая стабильность, здоровье и начальное образование, высшее образование и профессиональная подготовка, эффективность рынка товаров и услуг, эффективность рынка труда, развитость финансового рынка, уровень технологического развития, размер внутреннего рынка, конкурентоспособность компаний и инновационный потенциал. Россия, имея одинаковый рейтинг с такими странами, как Мальта, Польша, Индия и Португалия, занимала 38 место.¹

Российская Федерация является страной, в которой преобладает городское население. На 1.01.2018 г. удельный вес горожан составлял 74 %. Поэтому не последнее место в повышении конкурентоспособности национальной экономики играет обеспечение *устойчивого развития городов*.

Немаловажное значение для повышения конкурентоспособности экономики любой страны имеет достижение ее устойчивого развития. Концепция устойчивого развития, возникшая еще в 60-е гг. XX века, предполагает эффективное сочетание между экономикой, социальной сферой и экологией.

В настоящее время существуют различные рейтинги устойчивости развития городов РФ, использующие для его расчета различные методики. Так, согласно данным Рейтингового Агентства «ЭС ДЖИ ЭМ», в 2016 году абсолютным лидером являлся г. Тюмень. При определении рейтинга использовались показатели экономического развития города, состояния городской и социальной инфраструктуры, демографические и экологические показатели.²

Департамент социологии Финансового университета при Правительстве РФ при оценке уровня качества жизни населения городов России использовал такие параметры как уровень материального благополучия, качество медицинского обслуживания, доступ к хорошему

¹ Отчет Всемирного экономического форума «Индекс глобальной конкурентоспособности – 2017»: [Электронный ресурс]: URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info> (дата обращения 22.12.2018).

² Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2016 год: [Электронный ресурс]: URL: <http://www.agencysgm.com> (дата обращения 22.12.2018).

образованию, достаточному для достижения жизненного успеха, качество жилого фонда, уровень благоустройства города, состояние дорожного хозяйства в городе и уровень миграции.³ По результатам исследования в 2016 г. первое место также заняла Тюмень.

В последние годы в качестве нового вектора устойчивого развития считают «зеленую» экономику. Одним из ее направлений является органическое сельское хозяйство. В настоящее время в рамках концепции устойчивого развития необходимость употребления в пищу качественных органических продуктов питания подчеркивается разными российскими исследователями [1, 2 и др.].

В международной практике принято следующее определение термина: «Органическая продукция (биопродукты) – это продукция, полученная в результате ведения сертифицированного органического производства в соответствии с требованиями стандартов и правил органического производства».⁴

Выделяют три категории органических продуктов:

- 100 % органический продукт – продукт, полностью произведенный из органических ингредиентов по сертифицированным технологиям;
- органический продукт- продукт, произведенный не менее чем из 95 % органических ингредиентов;
- продукт, произведенный из органических ингредиентов- продукт, произведенный не менее чем из 70 % органических ингредиентов со строгим соблюдением ограничений в отношении остальных 30 %, в том числе запрещено использование ГМО (генетически модифицированных организмов) [3].

В чем состоят их преимущества?

Во-первых, биопродукты изготавливаются без использования искусственных пищевых добавок, антибиотиков, ГМО, гормонов роста, пестицидов и других вредных для здоровья человека элементов.

Во-вторых, в органических продуктах питания по сравнению с обычными продуктами содержится значительно больше витаминов и питательных веществ, оказывающих благотворное влияние на человеческий организм.

В-третьих, они снижают риск увеличивающегося в последнее время количества онкологических, сердечно-сосудистых, психо-неврологических, аллергических и других видов заболеваний человека.

В-четвертых, технология изготовления органических продуктов не оказывает отрицательного воздействия на экологию окружающей среды.

Последние годы мировой рынок органических продуктов характеризуется высокими ежегодными темпами роста – 16-22 %. При этом 97 % потребителей биопродуктов проживают в США и Европе.⁵ Рост рынка «organic» продуктов опережает рост рынка неорганических «массовых» продуктов более чем в 2 раза. Наиболее быстрорастущими сегментами рынка

³ Лучшие города России по качеству жизни в 2016: [Электронный ресурс]: URL: <http://old.fa.ru/dep/press/about-us/Pages/Luchshie-goroda-Rossii-po-kachestvu-zhizni-v-2016-godu.aspx> (дата обращения 27.10.2018).

⁴ Organic products: [Электронный ресурс]: URL: <http://www.inspection.gc.ca/> (дата обращения 22.12.2018).

⁵ New Resources for Transitioning to Organic Production: [Электронный ресурс]: URL: <https://www.organicconsumers.org/> (дата обращения 22.12.2018).

экологически чистых продуктов являются «овощи и фрукты», «молоко и молочные продукты». При этом сегменты «мясо, птица», «хлебобулочные изделия» и «напитки» растут более быстрыми темпами, но по объему отстают от лидеров [4].

Для определения основных проблем на российском рынке органической продукции автором было проведено глубинное интервью руководителей предприятий, осуществляющих свою деятельность в области сельского хозяйства. На основе этого сформулированы тенденции развития и «точки роста» российского рынка органических продуктов отечественного производства (см. табл.).

Таблица

СВОТ-анализ состояния российского рынка органических продуктов питания отечественного производства

| СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ | СЛАБЫЕ СТОРОНЫ |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Существенное превышение спроса городского населения на органическую продукцию над ее предложением на рынке 2. Потребители предпочитают органическую продукцию российского производства 3. Высокие темпы роста продаж органической продукции 4. До 75 % российских фермеров не используют при выращивании, переработке и производстве сельскохозяйственной продукции ГМО и химических удобрений 5. Доверие потребителей к российской маркировке органических продуктов питания | <ol style="list-style-type: none"> 1. Дефицит квалифицированных специалистов в области органического сельского хозяйства 2. Низкая мотивация российских фермеров в развитии органического сельского хозяйства 3. Отсутствие достоверной официальной статистики об объеме продаж органической продукции российского производства 4. Высокая стоимость «organic food» 5. Недостаточный уровень развития экологической культуры и сознания у городского населения 6. Большой удельный вес фальсифицированной продукции 7. Ограниченное количество каналов сбыта продукции 8. В розничной торговой сети органические продукты не выделяются в отдельную группу 9. Отсутствие комплексной технологии производства органических продуктов питания: от подготовки почвы до ее упаковки 10. Отсутствие четкой системы поставки российской органической продукции от производителя к потребителю 11. Небольшое количество органов по экосертификации 12. Отсутствие единого реестра сертифицированных производителей органических продуктов питания |
| ВОЗМОЖНОСТИ | УГРОЗЫ |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Политика импортозамещения 2. Российское продовольственное эмбарго на продукцию из некоторых европейских стран и США 3. Наличие в стране большого количества свободных земель, богатый почвенный потенциал 4. Относительно благоприятная экологическая обстановка 5. Дешевая рабочая сила в российском сельском хозяйстве 6. Более высокая продуктивность малых форм хозяйствования, использующих технологии органического сельского хозяйства | <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие действующего федерального закона о производстве и обороте органической продукции 2. Отсутствие российской системы обязательной сертификации органической продукции 3. Отсутствие стандартных типов маркировок органических продуктов 4. Отсутствие государственной финансовой поддержки органического сельского хозяйства 5. Отсутствие единого международного стандарта производства биопродуктов создает препятствия в торговле ими 6. Ограниченность инвестиций для осуществления в России органического сельского хозяйства 7. Отсутствие направлений подготовки студентов в области органического сельского хозяйства в средних и высших учебных заведениях страны 8. Высокая конкуренция со стороны зарубежных производителей органических продуктов питания 9. Снижение реальных доходов городского населения, уменьшающих спрос на органические продукты 10. Сложные климатические условия способствуют снижению урожайности органической продукции: на Юге России – без использования агрохимических способов борьбы с насекомыми и сорняками; в Сибири- из-за длительности холодного времени года |

Составлено автором

Несмотря на наличие значительного количества сильных сторон российского сегмента органических продуктов (существенное превышение спроса городского населения на органическую продукцию над ее предложением на рынке; предпочтение потребителей органической продукции российского производства и др.) существуют **проблемы**, которые сдерживают развитие сегмента сертифицированных продуктов российского производства.

Во-первых, ориентация розничной торговой сети в нашей стране на сертифицированные импортные органические продукты питания премиум-класса по высокой цене делает их недоступными для массового российского потребителя, у которого есть большой спрос на продукцию данного вида.

Во-вторых, по причине отсутствия в России федерального закона об органической продукции и системы ее обязательной сертификации, значительная часть отечественных производителей, которые выращивают, перерабатывают и производят свою продукцию без химических удобрений и по принятым на этом рынке стандартам, не сертифицируют ее как органическую.

В-третьих, на российском рынке продается большой удельный вес фальсифицированной продукции как импортного, так и отечественного происхождения также из-за отсутствия федерального закона, который регулировал бы маркировку и сертификацию органических продуктов питания.

В-четвертых, в силу неразвитости отечественного рынка, значительный спрос российского массового потребителя в большей степени удовлетворяется за счет несертифицированной органической продукции фермерских и личных подсобных хозяйств отечественного производства, качество которой не имеет официального подтверждения.

В-пятых, рост российского сегмента отечественного рынка биопродуктов сдерживает недостаточный уровень развития экологической культуры и сознания у городского населения страны. Россияне не знают, не понимают или не придают значения вредности для здоровья употребления в пищу продуктов с ГМО, искусственными добавками и усилителями вкуса, пальмовым маслом и др., также они не знают, какая продукция является органической.

В-шестых, по причине нахождения российского рынка органических продуктов питания на начальной стадии развития розничные торговые сети не позиционируют отдельно продукцию отечественного производства, что делает затруднительным нахождение ее массовым потребителем.

Исходя из вышеуказанного, определим основные тенденции развития рынка органических продуктов питания отечественного производства в России.

Первая тенденция. Отсутствие достоверных данных об объеме российского рынка органической продукции отечественного производства.

В Российской Федерации отсутствует официальная статистика по объему внутреннего производства, экспорту и импорту органических продуктов. Тем не менее по оценкам западных экспертов, объем российского рынка органической продукции составляет от 5,5 до 11,5 млрд руб., более 90 % которого импорт. Это 0,1 % от объема всего продовольствия в стране и 1 % от мирового производства органических продуктов [5].

Однако по мнению Союза органического земледелия России, объем только не сертифицированной отечественной органической продукции составляет 150 млрд рублей [6].

Значительное расхождение между значениями фактического и реального объема продаж органических продуктов питания отечественного производства свидетельствует о наличии на российском рынке органической продукции большого количества отечественных

производителей, которые законодательно не оформляют свою деятельность и не сертифицируют производимую продукцию как «organic food».

Следовательно, можно констатировать тот факт, что существенная доля рынка органической продукции в Российской Федерации имеет нелегальный характер, которая никаким образом со стороны государства не регулируется.

Вторая тенденция. В Российской Федерации отсутствует действующая законодательная база в области органического сельского хозяйства.

В нашей стране действуют три национальных стандарта, которые в полной мере описывают все требования, предъявляемые к производителям органических продуктов. Однако все еще не действует эквивалентный международным нормам федеральный закон о производстве и обороте органической продукции, позволяющий по четким критериям идентифицировать органические продукты, регламентировать деятельность производителей по их маркировке, сертификации, контролю качества и т. д. (вступит в силу только 1 января 2020 года).

Отсутствие действующего закона привело к обороту на российском рынке большого объема фальсифицированной продукции как импортного, так и отечественного происхождения (по некоторым данным, ее удельный вес составляет до 85 %), которая маркируется специальными знаками ECO, ORGANIC, BIO, но в реальности не соответствует концепции выращивания и производства органических продуктов. Данная маркировка продукции используется недобросовестными производителями только как средство привлечения потребителей и продвижения на рынок, но никаким образом не накладывает на них ответственность за ее неправомерное использование по причине отсутствия закона, который регламентировал бы данную деятельность и запрещал это делать.

Еще одна проблема в этой области – отсутствие в нашей стране системы обязательной сертификации органической продукции. В условиях массовой несанкционированной экомаркировки псевдонатуральных продуктов питания, в том числе и импортного происхождения, когда потребители уже не доверяют надписи на упаковке, российские сельхозпроизводители реальной органической продукции не видят смысла в прохождении процедуры добровольной сертификации. Подавляющая часть отечественных производителей органических продуктов питания сертифицируют свою продукцию по международным стандартам только с целью ее реализации на европейском рынке. Введение обязательной сертификации на органическую продукцию повысит уровень контролируемости и управляемости данного рынка и увеличит степень доверия и лояльности к ней российских потребителей.

Третья тенденция. Доминирование российского сегмента отечественного рынка органических продуктов питания несертифицированной продукции крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйств, которая воспринимается потребителями как экологически чистая.

В силу того, что в настоящее время российские потребители испытывают недоверие к любой экомаркировке органических продуктов, не является неожиданным тот факт, что 41 % городского населения предпочитают выращивать органическую продукцию на собственных участках, а 37 % потребителей ее приобретают в сельской местности у знакомых фермеров или частных лиц.⁶

⁶ Экологическая индустрия как залог здоровья нации: состояние отрасли, проблемное поле, перспективы: [Электронный ресурс]: URL: <http://www.postcrisisworld.org/ecology/podrobnee/001/> (дата обращения 22.12.2018).

Таким образом, можно констатировать что жители российских городов предпочитают органическую продукцию отечественного изготовления.

Четвертая тенденция. Высокая стоимость «organic» продуктов.

Торговая розничная сеть на российском рынке предпочитает иметь дело с сертифицированной импортной продукцией по причине ее высокой стоимости и возможности на этом хорошо заработать.

В рознице в России органические продукты дороже индустриальных аналогов от 20 до 400 %. По данным Иностранной сельскохозяйственной службы при Минсельхозе США (FAS USDA), средняя стоимость органического молока составляет в России \$2,3/л, обычного – \$0,98/л; 1,5 кг такого же картофеля стоили \$4,5 против \$0,83 за тот же объем традиционного [7, 8].

Этому имеется ряд объяснений. Во-первых, высокая цена формируется за счет больших затрат на транспортировку и ввозных пошлин, так как более 90 % «organic food» в Россию импортируется. Во-вторых, высокие цены на органическую продукцию обусловлены высокими затратами на производство в силу того, что при выращивании растительной и животной продукции не используют химические вещества и стимуляторы. В-третьих, для «organic food» характерны высокие затраты на процедуры сертификации и контроля на всех этапах выращивания и производства.

Однако исследование городского населения показало, что 19 % из них не готовы переплачивать за проверенное качество сертифицированных органических продуктов питания, 37 % опрошенных человек не готово переплачивать за «экологичность» более 20 %.⁶

Таким образом, одним из важных факторов при принятии решения о покупке органической продукции у городского населения выступает ее стоимость.

Пятая тенденция. Ограниченность каналов сбыта органических продуктов питания.

В России продукция, которая относится к категории «organic food», реализуется через три канала распределения: торговые сети класса «премиум», специализированные магазины по продаже натуральных продуктов, в том числе интернет-магазины и прямые продажи от фермеров. Для сравнения, в США и странах ЕС существует четыре канала реализации органической продукции: торговые сети, специализированные магазины, прямые продажи и обычные продовольственные магазины [9].

Таким образом, можно констатировать, что в Европе и США «organic» продукты, значительная часть которых продается через обычные торговые сети и продовольственные магазины, являются более доступными для массового потребителя. В то время как в нашей стране данная продукция в основном реализуется через торговые сети высокого ценового сегмента.

Шестая тенденция. Со стороны российских потребителей в городах прослеживается тенденция к увеличению спроса на органические продукты питания.

По результатам исследований предпочтений городского населения при выборе продуктов питания было выявлено, что 56 % опрошенных городских жителей выбирают экологически чистую продукцию, 46 % – без содержания ГМО; 21 % потребителей «знают в деталях, что такое экологические (органические) продукты питания и стараются их употреблять».⁷

⁷ Россияне дорожат свежими продуктами: [Электронный ресурс]: URL: <http://romir.ru/studies/rossiyane-dorojat-svejimi-produktami> (дата обращения 22.12.2018).

Седьмая тенденция. Недостаточный уровень развития экологической культуры и сознания у городского населения.

К сожалению, достаточно большая часть городского населения (28 %) не готовы покупать экологически чистую продукцию.

Анализ осведомленности жителей городов о сущности и значении органических продуктов питания показал следующее:

- значительная часть опрошенных (52 %) «знают в общих чертах» что такое экологические (органические) продукты питания;
- 15 % потенциальных потребителей «что-то слышали об этом»;
- 12 % – «впервые слышат об этом, затрудняются ответить».⁸

Таким образом, многочисленные проблемы на российском рынке органической продукции в большей степени вызваны отсутствием в России действующего законодательства, которое регулировало бы ее оборот.

Несмотря на то, что в России только еще идет формирование рынка органической продукции, тем не менее, можно говорить о перспективности его развития в нашей стране.

По мнению экспертов, принятие Федерального закона РФ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (вступит в силу 1 января 2020 года), регулирующего отношения, связанные с производством, хранением, транспортировкой, маркировкой и реализацией органической продукции, приведет к «...минимум 5-6 кратному увеличению числа производителей, вовлеченных в органическое производство...» [10].

Таким образом, Российская Федерация обладает большим потенциалом, чтобы стать одним из лидеров мирового рынка органической продукции. При условии создания необходимых условий к 2020 году Россия могла бы контролировать до 10-15 % мирового производства экологической сельхозпродукции с продажами на уровне 700-800 млрд руб. [11].

Учитывая тенденции развития российского сегмента рынка органических продуктов питания нашей страны, определим его «точки роста».

1. Внедрить систему обязательной сертификации органической продукции.
2. Увеличить количество органов по экосертификации.
3. Создать единый реестр производителей органических продуктов питания.
4. Разработать федеральную программу развития органического сельского хозяйства.
5. Оказывать государственную финансовую, организационную, юридическую и маркетинговую поддержку фермерским хозяйствам, производящим органическую продукцию.
6. Проводить обучающие мастер-классы и семинары для фермеров по ведению органического сельского хозяйства.
7. Увеличить каналы сбыта органических продуктов питания, в том числе организовывать ярмарки по продаже фермерских продуктов без посредников, в

⁸ Экологическая индустрия как залог здоровья нации: состояние отрасли, проблемное поле, перспективы: [Электронный ресурс]: URL: <http://www.postcrisisworld.org/ecology/podrobnee/001/> (дата обращения 22.12.2018).

супермаркетах выделять места для продажи российских органических продуктов питания.

8. Проводить кампании по популяризации здорового образа жизни и полезности органических продуктов питания.

Реализация вышеуказанных мероприятий потребует привлечения большого объема инвестиций, поэтому будет необходима в том числе и значительная финансовая государственная поддержка.

Итак, развитие органического сельского хозяйства в России позволит:

- решить социально-экономические проблемы в сельской местности;
- развить малый бизнес в сельском хозяйстве;
- увеличить количество сертифицированной российской органической продукции, что уменьшит ее стоимость и увеличит доступность городскому населению;
- улучшить качество жизни городского населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зеланд, В.Клибе. Конец иллюзии стадной безопасности [Текст]. – М.: Эксмо, 2013. – 304 с.
2. Тетиор, А.Н. Устойчивое развитие города: [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.leadnet.ru/tet/> (дата обращения 22.12.2018).
3. Krasovskaya N.V., Zamuraeva L.E., Danilova E.P. Providing residents of cities with domestic organic food: myth or reality? // The EUrASEANs: journal on global socio-economic dynamics. №5 (6). 2017.P. 48-54.
4. Дворникова, Е. Обзор российского рынка экологически чистых продуктов питания: [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=1851> (дата обращения 22.12.2018).
5. Ефремов Н.А. Индустрия органики: мировой опыт и российские перспективы [Текст] / Н.А. Ефремов, М.П. Чердакова // журнал «Фундаментальные исследования». – 2015. – №5-2. – С. 405-409.
6. Гуров, Р. Нужен реестр органической продукции: [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://agbz.ru/interviews/roman-gurov_-nujen-reestr-organicheskoy-produktsii (дата обращения 22.12.2018).
7. Нилова, Л.П. Пути расширения ассортимента функциональных пищевых продуктов на потребительском рынке России [Текст] / Л.П. Нилова, Т.В. Пилипенко, К.Ю. Маркова // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Современный мир: проблемы глобализации. Санкт-Петербургский имени В.Б. Бобкова филиал Российской таможенной академии. – СПб., 2013. – С. 233-235.
8. Науменко Н.В. Возможности использования биотехнологий при производстве пищевых продуктов [Текст] / Н.В. Науменко // журнал «Актуальная биотехнология». – 2013. – №2(5). – С. 14-17.
9. Николаева М.А. Анализ российского рынка органических продуктов питания [Текст] / М.А. Николаева, С.А. Калугина, Л.В. Карташова // журнал «Сибирский торгово-экономический журнал». – 2016. – №1 (22). – С. 226-230.
10. Фокша, И. Органический рывок. Эксперты прогнозируют стремительный рост числа производителей органической продукции: [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.agroinvestor.ru/agrotechnika/66/> (дата обращения 22.12.2018).
11. Калинина И.В. Рынок органических продуктов питания в России: проблемы и перспективы [Текст] / И.В. Калинина // журнал «Вестник ЮУрГУ. Серия «Пищевые и биотехнологии»». – 2015. – Т.3 №4. – С. 10-16. DOI: 10.14529/food150402.

Krasovskaya Nadezhda Viktorovna

Tyumen state university, Tyumen, Russia
E-mail: Nadezda_3161@inbox.ru

Deev Akeksey Sergeevich

Tyumen state university, Tyumen, Russia
E-mail: alks16@gmail.com

Chernomorchenko Svetlana Ivanovna

Tyumen state university, Tyumen, Russia
E-mail: chernomorchenko@rambler.ru

Russian market of organic food: problems and prospects

Abstract. The article is devoted to identifying the main trends and growth opportunities of the organic food market in Russia. The authors' analysis of the state of this market in the country made it possible to determine its strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats. Based on the analysis, the main trends and problems of the development of the market of organic food in Russia are highlighted. One of the main ones is the orientation of the retail network in our country to certified imported organic food of premium class at a high price that makes them inaccessible to the mass Russian consumer, who has a great demand for products of this type. The study showed that, despite the existence of high potential, this market is almost not developed. In the article, the authors suggested opportunities for the growth of the organic food market in Russia.

The object of research in the article is the Russian organic food market. The subject of the research is the impact of the development of the Russian organic food market on the level of development of the green economy and the sustainable development of the country's cities.

The aim of the study is to develop ways of developing the domestic market of organic food for the development of a "green" economy and sustainable development of Russian cities.

To conduct the study, such methods as factor analysis, individual expert survey, assessment of the level of development of the Russian market of organic food products were used.

The result of the study was the systematization of the nature of the influence of the effective development of the domestic market of organic food products for the intensive development of the green economy and the sustainable development of Russian cities.

Keywords: organic food; sustainable urban development; green economy; competitiveness of the country; rural development; eco-labeling; product certification