
РЫНОК ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ: МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

И.Н. Белова, Е.А. Карслянц

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Статья посвящена вопросам формирования и развития производства экологически чистых продуктов (термины «экологически чистые продукты», «экопродукты», «биопродукты», «органические продукты» используются в статье как синонимы [1]) в мире, включая Россию. Раскрыты положительные стороны этого современного направления в сфере сельского хозяйства и пищевой промышленности, показана его перспективность, возможность выгодного предпринимательства в этой сфере. Дается характеристика современного состояния «био»сегмента на мировом рынке, рассматриваются особенности формирования рынка биопродуктов в нашей стране (рыночном, производственном, сельскохозяйственном, ресурсном, правовом аспектах). Отдельное внимание уделяется определению наиболее важных факторов, влияющих на развитие российского рынка органических продуктов, и выявлению причин, препятствующих росту его потенциала. Последнее имеет важное прикладное значение, так как позволит представителям бизнеса оценить свои возможности при выходе на российский рынок биопродуктов.

Ключевые слова: биопродукты, органические продукты, экологически чистые продукты, эко-, био-, органик.

Понятие и сущность биопродуктов. В последнее время в мире становится все более и более актуальной идея экологического стиля жизни. В связи с этим в сфере сельского хозяйства и пищевой промышленности появилось новое направление — производство биопродуктов. В Европе рынок органических продуктов активно развивается на протяжении последних 30 лет, увеличиваясь каждый год на 15—20% [2]. В то же время в нашей стране продукты, произведенные по экологическим стандартам качества, только начинают выходить на рынок. Учитывая тенденцию россиян перенимать западный стиль жизни, а также ряд других факторов, в обозримом будущем можно прогнозировать рост «био»сегмента в сфере производства продуктов питания.

На Западе, где и зародилась концепция экологического производства и сельского хозяйства, на эту тему имеется множество различных исследований и публикаций. Данные проблемы нашли отражение в работах таких авторов, как Мари-Поль Дусе [3], Франсуа Дезноер и Элиза Моро [4], Жиль Ривьер-Векстейн [5], Филипп Баке [6], а также многих других ученых, исследователей и предпринимателей. В основном это научно-публицистическая литература, в которой изложены дискуссии о пользе биопродуктов и экологического стиля жизни. К источникам информации относятся также статистические и аналитические отчеты, исследования, ежегодники, выпускаемые различными организациями — Французским агентством по развитию и продвижению биологического сельского хозяйства Agence BIO [7], Техническим институтом биологического сельского хозяйства ITAB [8],

Национальной федерацией биологического сельского хозяйства FNAB [9], Международной федерацией органического сельского хозяйства IFOAM [10], а также целым рядом других организаций. В частности, обширная информационная база Французского агентства по развитию и продвижению биологического сельского хозяйства Agence BIO послужила основой для написания данной статьи. В противовес обширным литературным источникам Запада в России отсутствуют какие-либо монографии или книги, посвященные изучаемому вопросу. Среди российских исследователей, занимающихся вопросами биопродуктов, следует отметить труды таких авторов, как А. Каримова, С. Ментюкова, О. Редичкина, Т. Гурова, И. Ивантер, Ю. Симакова и др. Публикации о пользе и перспективности обсуждаемого направления можно найти в журналах «Эксперт», «Коммерсантъ», «РБК» и других бумажных и электронных СМИ. В силу того что в нашей стране продукты, произведенные по экологическим стандартам качества, только начинают выходить на рынок продуктов питания, многие аспекты развития «био»сегмента как фактора, создающего конкурентные преимущества для отечественных производителей, выходящих на внутренний и зарубежные рынки, остаются малоизученными. В связи с этим вопросы, связанные с развитием этого рынка, в настоящее время представляют интерес и являются актуальными.

Идеи экологически безопасного сельского хозяйства стали возникать еще в первой половине XX в., однако направление официально возникло только в конце 1950-х гг. Под биопродуктами принято понимать продукцию сельского хозяйства и пищевой промышленности, которая изготовлена в соответствии с утвержденными законодательством ЕС экологическими стандартами. Эти стандарты предусматривают отказ от использования пестицидов, синтетических минеральных удобрений, регуляторов роста, искусственных пищевых добавок, ГМО. Например, в сельском хозяйстве не используют селитру и прочие минеральные быстрорастворимые удобрения, а для борьбы с вредителями применяют физические и биологические методы. В животноводстве особое внимание уделяется кормам без консервантов, возбуждителей аппетита и бесстрессовым условиям содержания и транспортировки, запрещено использование гормонов роста и антибиотиков. В переработке и производстве готовой продукции запрещено рафинирование, минерализация и другие приемы, которые снижают питательные свойства продукта.

Распространение биопродуктов на мировом рынке. На сегодняшний день биопродукты не только получили широкое распространение в развитых странах, но и стали известны во всем мире. По данным Международной федерации экологического сельского хозяйства IFOAM, в 2012 г. мировой рынок экологических продуктов составил 65—67 млрд долл., что превысило аналогичный показатель 1999 г. почти в 4 раза [11]. По прогнозам Международной федерации экологического сельского хозяйства IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), к 2020 г. его оборот может достичь 200—250 млрд долл. США [12]. На рынок Европы и Северной Америки приходится 92,5% мирового рынка органических продуктов, оставшиеся 7% — на Азию, Африку, Латинскую Америку и Океанию.

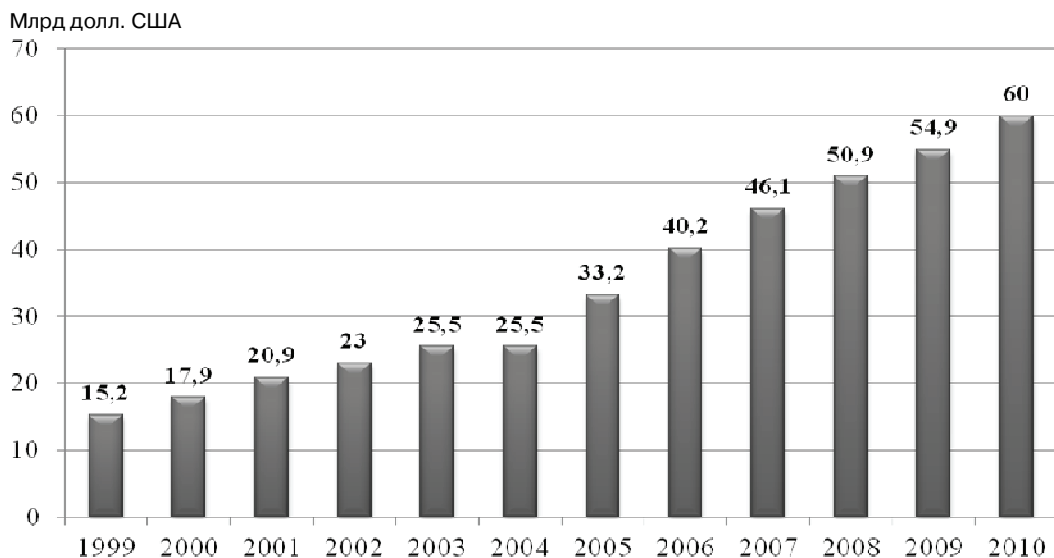


Рис. 1. Динамика объемов мирового рынка биопродуктов [2]

Источник: Agence BIO (Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique) — Французское агентство по развитию и продвижению биологического сельского хозяйства http://www.agencebio.org/upload/ChiffresCles/CC2012_Chap2_Monde.pdf

Выросло и число производителей: 1 578 672 компании в 2010 г. по сравнению с 250 577 в 2000 г. [13]. При этом наиболее высокие темпы роста наблюдаются в Африке, Азии и в Латинской Америке, где данный тип сельского хозяйства появился только в начале третьего тысячелетия. Доля европейских компаний на мировом рынке органических продуктов в период с 2000 по 2010 г. сократилась с 56,7 до 17,6%, хотя абсолютное число компаний увеличилось почти вдвое.

С ростом спроса на биопродукты растет и потребность в землях, отводимых под экологическое сельское хозяйство. За 11 лет этот показатель увеличился втрое, составив в 2010 г. 37,3 млн га — это 0,9% всех сельскохозяйственных земель в мире [2]. Увеличение общей площади угодий происходит за счет переформирования уже имеющихся пашен и садов в соответствии со стандартами экологического сельского хозяйства, а также за счет освоения новых территорий. Еще около 43 млн га на планете используются под сбор дикорастущей флоры (например, ягод) и под пчеловодство.

В странах с развивающейся и переходной экономикой также растет интерес к потреблению экологически чистых продуктов, что происходит по многим причинам. В первую очередь это недовольство потребителей качеством продуктов питания. Так, согласно результатам опроса, проведенного исследовательским центром компании INRISE на Украине в 2010 г., только 38% потребителей удовлетворены качеством продовольственных товаров, представленных на рынке [13]. Как следует из отчета Госпотребинспекции Украины, в 2012 г. от населения поступило 29 000 официальных жалоб на ненадлежащее качество товаров и услуг; еще 116 000 претензий поступило через альтернативные каналы коммуникации (звонки на «горячую линию», электронные письма, личные встречи с чиновниками) [14].

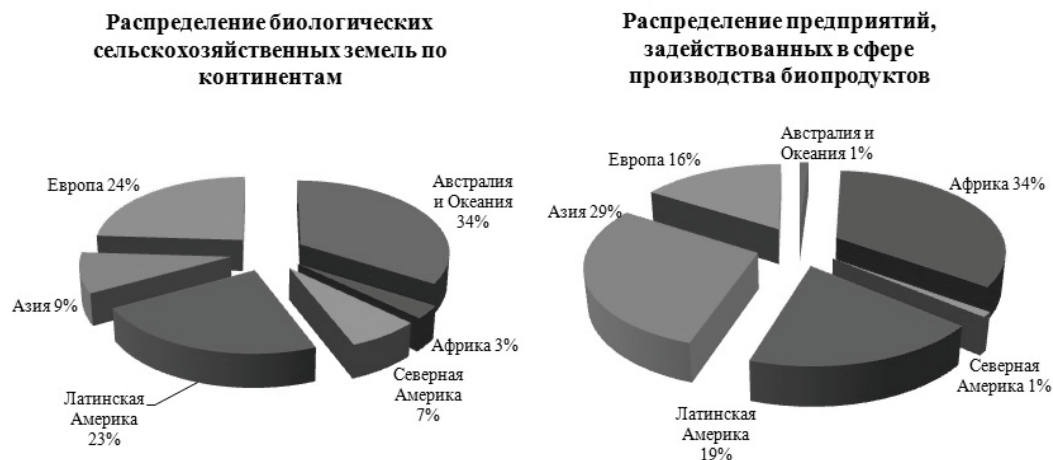


Рис. 2. Распределение сельскохозяйственных земель и предприятий, задействованных в сфере производства биопродуктов [2]

Источник: Agence BIO (Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique) — Французское агентство по развитию и продвижению биологического сельского хозяйства http://www.agencebio.org/upload/ChiffresCles/CC2012_Chap2_Monde.pdf

Российские потребители также все чаще остаются недовольны качеством продуктов: в 2010 г. в Российский союз потребителей (СПРФ) поступило более 400 тыс. обращений, основная часть которых связана с плохим качеством товаров. О неудовлетворенности россиян качеством продуктов свидетельствуют также данные интернет-опроса, проводимого во втором квартале 2012 г. сайтом GoodsMatrix.ru по заказу некоммерческого партнерства «Гражданская инициатива покупателей за качество продуктов» [15]. Исследование показало, что 80% россиян интересуются качеством продуктов питания, более 70% не уверены в том, что приобретают качественную продукцию.

Появление биопродуктов в России. По данным на конец 2013 г., россияне живут в среднем на 11 лет меньше, чем европейцы: по данным европейской статистики, средняя ожидаемая продолжительность жизни при рождении в Евросоюзе составила 80,2 лет по сравнению с 69 годами в России [16]. Однако нельзя не отметить, что интерес россиян к здоровому образу жизни и культуре питания постепенно растет и люди все больше начинают чувствовать взаимосвязь между этими двумя понятиями. В рамках исследования «Качество продуктов питания глазами пользователей сети Интернет» опрошенные в Сети респонденты отметили влияние качества потребляемых продуктов на их здоровье (по Москве это 94% респондентов, в Санкт-Петербурге 98%, а по другим регионам России — 95% опрошенных) [17]. В фарватере этой тенденции в России начинают появляться рестораны здорового питания, магазины для вегетарианцев, центры здорового образа жизни, развивается экотуризм и т.п. Во многих регионах России на государственном уровне разрабатываются и утверждаются программы развития культуры здорового образа жизни среди населения. На фоне всего этого тенденция россиян перенимать западный опыт, а также открытость и интерес российского потребителя ко всему новому создают на отечественном рынке плодотворную почву для распространения и про-

изводства здесь продуктов биологического происхождения, так популярных в Европе.

По данным отчета сельхозпредставительства Соединенных Штатов в России (FAS USDA, Foreign Agricultural Service, United States Department of Agriculture), в 2012 г. объем российского рынка органических продуктов достиг 148 млн долл., что на 7,8% выше предыдущего года [18]. Популярностью биопродукты пользуются по большей части в Москве, Санкт-Петербурге, а также некоторых других крупных городах России. На современном этапе развития рынок увеличивается в основном за счет импорта европейских биопродуктов из Франции, Германии, Великобритании, Нидерландов. В России вообще рынок продовольственных товаров, как и некоторые отрасли пищевой промышленности (например, мясная), характеризуется высокой степенью импортозависимости: доля иностранной продукции в потреблении здесь составляет около 20% [19]. Но появляются и отечественные производители экологически чистой продукции — небольшие фермерские хозяйства, однако пока их доля на рынке не велика. Уровень цен на биопродукты в России намного превышает аналогичный показатель в развитых странах: цены на биопродукты здесь в 2—3 раза выше, чем на обычные продукты питания, тогда как на Западе — на 10—40% [20]. Это объясняется высокой долей импорта — около 90% в данном сегменте рынка [21], превышением спроса на экологически чистые продукты над их предложением, а также отсутствием конкуренции. Многие иностранные компании, занимающиеся в России производством и реализацией продуктов на основе органического сырья, вынуждены закупать его за границей.

К слову об отечественных производителях: на данный момент сертифицированную экопродукцию производят небольшие предприятия и фермерские хозяйства, что в целом созвучно «эко»философии. В России эти небольшие фермы объединены в группы, что позволяет им выступать под одной торговой маркой, более эффективно организовывать сбыт продукции и пр. Например, объединение «Экокластер» А. Коновалова объединяет под своим началом около десятка фермерских хозяйств, а также свыше семидесяти российских и десятки зарубежных компаний из 18 стран мира, специализирующихся на производстве, переработке и реализации экологически чистой продукции и экоуслуг для российского рынка. Во многих регионах России создаются объединения и проекты по развитию экологического производства и сельского хозяйства: экопарк «Суздаль», кооператив «Наша Ферма» (поставляющий органические продукты для сети супермаркетов «Азбука Вкуса»), корпорация «Органик», компании «Экокультура», НАОПП, «АгриКэпитал» и ряд других. Кроме того, по словам российских экспертов, сегодня отечественный рынок экопродуктов значительно больше, чем его оценивают западные специалисты. Это объясняется тем, что многие российские мелкие и средние хозяйства фактически производят органическую продукцию, однако не сертифицируют ее: больше половины сельхозпродукции России выпускается личными подсобными хозяйствами (ЛПХ) и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами (КФХ), у которых просто не имеется средств на химизацию и интенсификацию.

Проблемы и перспективы развития российского рынка биопродуктов.

В настоящее время данный сегмент российского рынка характеризуется высокой

степенью импортозависимости и невысокой долей отечественных производителей в лице небольших фермерских хозяйств, а также отсутствием конкуренции и высокими ценами, уровень которых в 2—3 раза выше, чем на обычные продукты питания.

Барьеры для развития данной отрасли создает отсутствие реальной помощи малому и среднему бизнесу со стороны государства (например, в виде налоговых льгот или доступных кредитов), неадекватная денежная политика государства.

Одной из наиболее серьезных проблем является отсутствие законодательной базы по органическому сельскому хозяйству и производству органической продукции. На данный момент требования к таким продуктам закреплены лишь СанПиН 2.3.2.2354-08 от 21 апреля 2008 г. Таким образом, в нашей стране любой производитель может снабжать свой товар маркировками «Био» или «Эко», вводя тем самым потребителя в заблуждение. Закон об экологическом сельском хозяйстве и производстве экологически чистых продуктов, чтобы отвечать требованиям рынка, должен быть адекватен европейскому законодательству, что поможет не только сформировать внутренний рынок, но и создать условия для экспорта. По мнению экспертов, создание законодательно-правовой базы запустит процесс сегментации рынка, что будет способствовать производству юридически законной экопродукции, привлечет инвестиции в страну, создаст благоприятную почву для появления новых брендов, что в итоге усилит конкуренцию на отечественном рынке [18].

Также в российских законах не отражены вопросы сертификации производителей биопродуктов, в то время как за рубежом сертификация осуществляется независимой стороной, чья деятельность жестко контролируется государством.

В условиях вступления России в ВТО вопрос создания органов сертификации международного уровня приобретает важное значение для развития отечественного рынка биопродуктов: обладая международной экомаркировкой, российские товары, с одной стороны, будут признаваться на Западе, а с другой — будут конкурентоспособны на фоне ввозимых импортных продуктов.

Необходимо отметить, что согласно прогнозу FAS USDA к 2013 г. продажи органических продуктов в РФ могут вырасти до 167 млн долл., а к 2015 г. достигнут 225 млн долл. [18], продемонстрировав рост в 30% за пятилетний период. Прогнозы американских аналитиков небезосновательны, ведь российский рынок биопродуктов действительно обладает огромным потенциалом, обусловленным рядом причин.

Во-первых, это широкие возможности ресурсной базы России: наличие огромной территории с благоприятной экологической ситуацией, с ее богатейшей флорой и фауной, высокой водообеспеченностью. Немаловажно и наличие обширных районов, отдаленных от промышленных центров, пригодных для сбора дикорастущих ягод и трав, природные свойства и качества которых отвечают концепции экопродукции.

Во-вторых, это высокий сельскохозяйственный потенциал. Площадь продуктивных земель России составляет около 9 млн кв. км, что представляет собой 11%

от общемирового показателя [22]. В силу исторических обстоятельств в нашей стране около 40% территорий выведено из сельскохозяйственного оборота [23]. Освоение и использование этих земель даст российскому органик-рынку существенное преимущество перед Западом.

Помимо всего прочего, в нашей стране нужна просветительская деятельность, направленная как на потребителей биопродуктов, так и на их производителей. Необходимо информировать потребителей о преимуществах органических продуктов и экологического стиля жизни в целом. Многие сельскохозяйственные производители фактически выпускают несертифицированную экологически чистую продукцию, однако из-за элементарного отсутствия информации остаются в стороне от современных тенденций рынка.

На основе проведенного исследования авторы пришли к следующим выводам.

В настоящее время биопродукты получили широкое распространение не только в развитых странах, но и в странах с развивающейся и переходной экономикой, включая Россию.

Как показало исследование, интерес наших соотечественников и к производству, и к потреблению экологически чистых продуктов растет.

Развитию данного сегмента рынка способствует его практически нереализованный, но огромный потенциал, который обусловлен следующими факторами: с одной стороны, неудовлетворенностью российского потребителя качеством продуктов питания и интересом ко всему новому, а с другой — наличием обширной ресурсной базы, включая земли и природные условия, благоприятные для выращивания экопродукции.

В то же время развитию рынка биопродуктов в России препятствует ряд проблем, наиболее серьезными из которых являются отсутствие законодательной базы по производству органической продукции, органов сертификации международного уровня, реальной помощи малому и среднему бизнесу со стороны государства.

Решение существующих проблем при условии активного участия государства позволит «био»сегменту рынка продуктов питания стать для российских производителей фактором, создающим конкурентные преимущества, даст возможность выхода не только на внутренний, но и зарубежные рынки.

Помимо предпринимательских выгод развитие «био»сегмента будет способствовать оживлению сельской местности на удаленных от крупных городов территориях, и прежде всего улучшению здоровья населения.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Био-эко-органик: философия качества. — URL: <http://www.biodynamic.ru/documents/1250209653.pdf>, 27.03.2014
- [2] Les chiffres de la bio en 2011 — «БИО» в цифрах на 2011 год (2012) / Agence BIO (Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique) — Французское агентство по развитию и продвижению биологического сельского хозяйства. — URL: http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/BrochureCC/CC2_012_partie1.pdf

- [3] *Dousset M.-P.* Consommer bio pour les nuls, 2014.
- [4] *Desnoyers F., Moreau E.* Tout beau, tout bio? L'envers du décor. Editions de l'Aube.
- [5] *Gil Rivière-Wekstein.* Bio fausses promesses et vrai marketing. Le Publieur.
- [6] *Philippe Baqué.* La bio: Entre business & projet de société. Agone.
- [7] Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique (Agence BIO). — URL: <http://www.agencebio.org/>
- [8] Institut Technique de l'Agriculture Biologique (ITAB). — URL: <http://www.itab.asso.fr/>
- [9] Fédération nationale d'agriculture biologique (FNAB). — URL: <http://www.fnab.org/>
- [10] International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). — URL: <http://www.ifoam.org/>
- [11] *Ментюкова С.* Эко- и биопродукты могут остаться вне закона. — URL: <http://www.retail.ru/news/73992/>, 28.01.2014
- [12] *Каримова А., Ментюкова С.* Мировой рынок экопродуктов устроился. — URL: <http://www.agroxxi.ru/gazeta-zaschita-rastenii/zrast/mirovoi-rynok-yekoproduktov-utroilsja.html>
- [13] URL: <http://www.inrisedevelopment.com/data/research/2010/0912/>
- [14] УКРАИНА — За нарушение прав потребителей в 2012 г. компании заплатили 239 млн грн. — URL: <http://www.retailstudio.org/news/21961.htm>, 08.10.2013.
- [15] Опрос проводился во втором квартале 2012 года сайтом GoodsMatrix.ru по заказу некоммерческого партнерства «Гражданская инициатива покупателей за Качество Продуктов». — URL: <http://exposfera.com/>
- [16] *Indicateurs // Alternatives Economiques.* — 2013. — № 98. — P. 90.
- [17] URL: <http://www.exposfera.com/news/kachestvo-produktov-pitaniya-glazami-polzovateley-seti-internet/>
- [18] Российский рынок органических продуктов набирает обороты. — URL: <http://agroinfo.com/rossijskij-rynok-organicheskix-produktov-nabiraet-oboroty/>, 06.10.2013.
- [19] *Гурова Т., Ивантер А.* Мы ничего не производим // Эксперт. — 2012. — № 47. — С. 19.
- [20] *Редичкина О.* Модно, дорого... полезно? // РБК. — 2011. — № 2.
- [21] *Тихомирова А.* ЭКО-невидаль. — URL: <http://sberbank.ru/common/img/uploaded/sbjr/11-2012/046-048.pdf>, 06.10.2013
- [22] *Дегтярев К.* Земельные ресурсы России — структура и мировое значение. — URL: <http://www.rgo.ru/2010/07/zemelnye-resursy-rossii-struktura-i-mirovoe-znachenie/>, 07.10.2013.
- [23] *Симакова Ю.* Перспективы рынка органической продукции в условиях вступления в ВТО // Переработка молока. — 2012. — № 10. — С. 28—30.
- [24] URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Сельское_хозяйство_России

LITERATURA

- [1] Bio-eco-organik: filosofiya kachestva. — URL: <http://www.biodynamic.ru/documents/1250209653.pdf>, 27.03.2014.
- [2] Les chiffres de la bio en 2011 — «BIO» v tsifrakh na 2011 god (2012) / Agence BIO (Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique). — URL: http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/BrochureCC/CC2_012_partie1.pdf
- [3] *Dousset M.-P.* Consommer bio pour les nuls, 2014
- [4] *Desnoyers F., Moreau E.* Tout beau, tout bio? L'envers du décor. Editions de l'Aube. 215 p.
- [5] *Gil Rivière-Wekstein.* Bio fausses promesses et vrai marketing. Le Publieur. 246 p.
- [6] *Philippe Baqué.* La bio: Entre business & projet de société. Agone. 432 p.
- [7] Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique (Agence BIO). — <http://www.agencebio.org/>

- [8] Institut Technique de l'Agriculture Biologique (ITAB). — <http://www.itab.asso.fr/>
- [9] Fédération nationale d'agriculture biologique (FNAB). — <http://www.fnab.org/>
- [10] International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). — <http://www.ifoam.org/>
- [11] *Mentyukova S.* Eko- i bioproducty mogut ostatsya vne zakona. — URL: <http://www.retail.ru/news/73992/>, 28.01.2014.
- [12] *Karimova A., Mentyukova S.* Mirovoy rynek ekoproductov ustroilsya. — URL: <http://www.agroxxi.ru/gazeta-zaschita-rastenii/zrast/mirovoi-rynok-yekoproductov-utroilsja.html>
- [13] URL: <http://www.inrisedevelopment.com/data/research/2010/0912/>
- [14] UKRAINA — Za narushenie prav potrebiteley v 2012 g. kompanii zaplatili 239 mln grn. — URL: <http://www.retailstudio.org/news/21961.htm>, 08.10.2013.
- [15] Opros provodilsya vo vtorom kvartale 2012 goda saytom GoodsMatrix.ru po zakazu nekommercheskogo partnerstva «Grazhdanskaya initsiativa pokupateley za Kachestvo Produktov». — URL: <http://exposfera.com/>
- [16] Indicateurs // Alternatives Economiques. — 2013. — № 98. — P. 90.
- [17] URL: <http://www.exposfera.com/news/kachestvo-produktov-pitaniya-glazami-polzovateley-seti-internet/>
- [18] Rossiyskiy rynek organicheskikh produktov nabiraet oboroty. — URL: <http://agroinfo.com/rossijskij-rynok-organicheskix-produktov-nabiraet-oboroty/>, 06.10.2013.
- [19] *Gurova T., Ivanter A.* My nichego ne proizvodim // Ekspert, 2012, № 47(829). S. 19.
- [20] *Redichkina O.* Modno, dorogo... polezno? // RBK, 2011, № 2.
- [21] *Tikhomirova A.* EKO-nevidal. — URL: <http://sberbank.ru/common/img/uploaded/sbjr/11-2012/046-048.pdf>, 06.10.2013.
- [22] *Degtyarev K.* Zemelnye resursy Rossii — struktura i mirovye znachenie. — URL: <http://www.rgo.ru/2010/07/zemelnye-resursy-rossii---struktura-i-mirovye-znachenie/>, 07.10.2013.
- [23] *Simakova YU.* Perspektivy rynka organicheskoy produktsii v usloviyakh vstupleniya v VTO // Pererabotka moloka, 2012. — № 10. — S. 28—30.
- [24] URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Сельское_хозяйство_России

ORGANIC FOODS MARKET: GLOBAL TRENDS AND PROSPECTS FOR FURTHER DEVELOPMENT IN RUSSIA

I.N. Belova, E.A. Karslyants

Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

The article views the problems and the prospects of organic foods market's formation and development. The authors aimed at identifying the nature and specificity of organic products, displaying trends in the global market of organic product, determining the condition of the Russian food market. Also, the author assessed the possibilities and prospects of organic segment in the Russian food market. This assessment has a significant practical importance, because it will allow to business representatives assessing their capabilities when they decide to enter at the Russian organic food market. Formation of this market in our country shall be regarded both in terms of consumer demands and other important aspects, which includes manufacturing, agriculture, natural resources and legal aspects. The authors keep an issue on the front-burner to definition of the major factors affecting the development of the Russian organic food market and find its potential.

Key words: ECO, BIO, organic, biological, ecological.