

УДК 338;439.5:631.147

Христенко О.А.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємств
Миколаївського національного аграрного університету***ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ ОРГАНІЧНОЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

У статті розкриті економічні передумови глобальних трансформацій і кон'юнктурні зміни міжнародних ринків органічної агропродовольчої продукції. Виявлено особливості розвитку ринку органічної агропродовольчої продукції і досліджена його кон'юнктура. Зроблено висновки щодо важливості створення умов для функціонування в Україні аграрних ринків, інтегрованих в міжнародні.

Ключові слова: глобальні ринки, кон'юнктура, органічне агропродовольство, пропозиція і попит, ринок органічної агропродовольчої продукції.

Христенко О.А. ТРАНСФОРМАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКОВ ОРГАНИЧЕСКОЙ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ УКРАИНЫ

В статье раскрыты экономические предпосылки глобальных трансформаций и конъюнктурные изменения международных рынков органической агропродовольственной продукции. Выявлены особенности развития рынка органической агропродовольственной продукции и исследована его конъюнктура. Сделаны выводы относительно важности создания условий для функционирования в Украине аграрных рынков, интегрированных в международные.

Ключевые слова: глобальные рынки, конъюнктура, органическое агропроизводство, предложение и спрос, рынок органической агропродовольственной продукции.

Hristenko O.A. THE TRANSFORMATIONS OF INTERNATIONAL ORGANIC AGROFOOD MARKETS: THE PROSPECTS FOR UKRAINE

The article reveals the economic and social prerequisites of global transformations and market changes in international markets for organic agricultural food. Given the processes taking place in the world markets, the imperfections of institutional support of the Ukrainian market is highlighted. The conclusions regarding the importance of creating conditions for operation of agricultural markets integrated into international ones in Ukraine were drawn.

Keywords: global markets, environment, organic agricultural production, supply and demand, the market of organic agri-food products.

Постановка проблеми. З популяризацією парадигми сталого розвитку та у зв'язку із глобальними викликами сьогодення питання продовольчої безпеки і пошуки нових методів ведення сільського господарства привели до виникнення методу органічного виробництва, що, в свою чергу, спричинило появу органічних ринків, які згодом набрали глобального характеру.

Глобалізація агропродовольчих ринків і вплив зовнішнього конкурентного середовища стають визначальними для національних суб'єктів господарювання, а глобальна взаємозалежність і компліментарність всіх секторів національних економік трансформуює суспільно-політичні, організаційно-економічні, інформаційно-технологічні, еколого-ресурсні умови розвитку країн. Головними детермінантами успіху в умовах глобального розвитку стає структурна перебудова зовнішньоекономічного потенціалу зі стратегічної орієнтацією на експорт конкурентоспроможної агропродовольчої продукції. Важливою потенційною статтею експортного потенціалу вітчизняного аграрного сектора є органічна агропродовольча продукція рослинництва і тваринництва [1]. Ці особливості зумовили вибір теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Впливу глобалізації економіки на структуру і трансформацію ринкових відносин, визначення перспектив і напрямів адаптації України до цих процесів присвячені роботи таких вчених, як В. Андрійчук, У. Бек, О. Білорус, В. Власов, Д. Лукьяненко, С. Майстро, Ю. Пахомов, П. Саблук, С. Соколенко, Д. Хелд, О. Яценко та ін. Різноманітні дослідження проблеми поширення методу органічного агропродовольства присвячені праці таких вчених, як С. Антоненко та А.

Подолинський. Питання економічної ефективності господарської діяльності у сфері органічного виробництва висвітлені в наукових роботах О. Дудара, Ю. Завадської, О. Хомаківської, Б. Шуvara та ін. Аспекти становлення ринку органічної агропродовольчої продукції розглянуті Є. Бойко, О. Козловою, А. Мазуровою, О. Рудницькою та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Теоретичне і практичне обґрунтування трансформацій міжнародних ринків органічної агропродовольчої продукції з метою визначення перспективи для України. Об'єктом дослідження є процес функціонування суб'єктів американського та європейського органічних агропродовольчих ринків і адаптації національних аграрних товаровиробників до умов глобалізованої світової економіки. Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методологічних і практичних аспектів формування та розвитку органічного агропродовольчого ринку та розробка механізмів адаптації суб'єктів господарювання до умов глобальної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними Міжнародної федерації органічного руху, світовий ринок органічних продуктів складає 63 млрд. дол. США. Починаючи з 2002 р. по 2011 р. ринок зріс на 170%, це близько 19% зростання кожного року, і дана тенденція продовжуватиметься, за прогнозами експертів. З 2013 по 2019 р. він буде складати близько 188 млрд. дол. США, зростання складе 15,5% [3]. На органічне виробництво нині у світі припадає близько 38 млн. га земель, найбільша частка яких зосереджена в Австралії – 12 млн. га, Аргентині – 3,5 млн. га та США – 2,2 млн. га, це 2–3% від земель, які використовуються для ведення сільського господарства. Більше 1,8 млн. виробни-

ків використовують метод органічного виробництва, зокрема, 34% з них зосереджені в Азії, 30% – в Африці та 19% – в Європі. Близько 80% виробників знаходяться в країнах, що розвиваються. Найбільшими ринками органічної продукції є США (44%) та Європа (41%).

Органічне виробництво, за даним МФОАР, відбувається в 164 країнах, в яких 37,5 млн. га було оброблено органічним методом. Австралія, Аргентина та Америка – країни, на які припадає найбільша частка органічної землі, в той час як Фолклендські острови (35,9%), Ліхтенштейн (27,3%) і Австрія (19,7%) лідирують за кількістю частки земель, які знаходяться під органічним виробництвом. Третина всіх органічних сільгоспугідь знаходиться в Океанії (12,2 млн. га), 10,6 млн. га в Європі, 8,4 млн. га в Латинській Америці і 2,8 млн. га в Азії [6].

Швидке зростання світового органічного продовольчого ринку пов'язане перш за все зі зміною ставлення населення до продуктів харчування, власного здоров'я, занепокоєння станом навколишнього середовища та природи в цілому. Споживчі вподобання можна розглядати у розрізі таких регіонів, як США, Європа, скандинавські країни. Згідно дослідження ринку органічної продукції в Великобританії, можна зробити ряд висновків: молодь (молодші 28 років) з кожним роком купує все більше продукції органічного виробництва, однак даний відсоток є все ще незначним – 16%, в той час як пенсіонери, які становлять найбільшу частину покупців органічної продукції, складають 48,6% покупок (рис. 1).



Рис. 1. Топ–9 причин, якими керуються жителі Великобританії при покупці органічних продуктів

*Під основними причинами розуміється обрання респондентами декількох варіантів відповіді

За останніми оцінками фахівців фонду Pro Loomi, популярність органічних продуктів харчування серед фінів продовжує активно рости. У минулому році від продажу органічних продуктів було отримано 202 млн. євро прибутку, що на цілих 24% вище минулорічного показника. Найпопулярнішим екологічним продуктом серед фінів є молоко, адже на рідкі молочні продукти припадає майже 1/5 частина загального обсягу продажів. Частка овочів і фруктів в загальній сумі прибутку в даному секторі економіки приблизно однакова і становить 19%. Ще 10% припадає на свіжу випічку і кондитерські вироби. Найбільше шанувальників органічних продуктів живе в столичному регіоні. Продажі органічної продукції ростуть дуже швидкими для продовольчого ринку темпами: середній показник присутності подібних продуктів у щоденному споживчому кошику перевищує 5%. Завдяки цій позитивній тенденції частка ринку органічної продукції зростає на 1,6% [7].

Попит на органічну продукцію формується за рахунок переходу споживачів на свідомий рівень

споживання товарів. Для Американського регіону характерними є ТОП–10 причин, чому споживачі надають перевагу саме органічному продовольству, серед яких: 1) відсутність будь-якої хімічної обробки; 2) наявність більшої кількості поживних речовин; 3) кращий смак; 4) Без ГМО; 5) відсутність гормонів, антибіотиків та інших хімічних речовин в товарах тваринного походження; 6) збереження екосистеми; 7) скорочення забруднення навколишнього середовища, захист води та ґрунтів від хімікатів; 8) збереження сільськогосподарської різноманітності; 9) підтримання фермерства; 10) здорова їжа – здорові діти – здорове майбутнє [8].

Усі подані причини та тенденції є характерними для усіх країн, виходячи з того, що американський та європейський ринки є найбільш розвинутими, то саме вони ідентифікують головні тенденції розвитку ринків в інших країнах. Причини вибору на користь органічних продуктів пов'язані не тільки із більш етичним ставленням до тварин, відсутності ГМО, а й з наявністю платоспроможного населення.

Світовий ринок органічних продуктів харчування та напоїв стрімко зростає, викликано це істотними нововведенням в області дизайну продукції, розробки, упаковки і технологій. Органічні продукти, які можуть бути визначені як продукція, що вироблена без використання синтетичних хімічних речовин, є привабливою для багатьох споживачів. Для споживачів даної продукції дуже важливе значення має якість продуктів харчування, вони занепокоєні питанням забезпечення екологічної стійкості і благополуччя тварин.

У дослідженні основна увага відводиться трансформації міжнародних ринків органічної агропродовольчої продукції з метою визначення перспективи для України. Так, в Північній Америці під органічне виробництво відведено 3 млн. га землі. Свою діяльність тут здійснюють 16500 виробників, 80% яких зосереджені в США. Ринок Америки є дещо відмінним від інших регіонів, оскільки асортимент продуктів є більш насиченим, що пов'язано з наявністю платоспроможного попиту та з популяризацією і переходом певної частини населення на рослинну дієту/спосіб харчування. Продажі в США з кожним роком зростають, пов'язано це з тим, що все більше і більше різноманітних продуктів продовольства є доступними для купівлі. Першочергово глобальний попит почав орієнтуватись на органічну продукцію рослинництва, таку як овочі та фрукти, проте поступово споживчі вподобання поширились на такі групи товарів, як м'ясо, молочні продукти та хлібобулочні вироби [4].

Одним з найперших регіонів, в якому відбулося зародження ринку органічної продукції, а нині він другий за обсягом, є ринок органічної продукції Європи. Під органічне виробництво в європейських країнах припадає близько 11,2 млн. га землі. Більш ніж 320 тис. виробників діють в даному регіоні. Розмір ринку органічної продовольчої продукції складає близько 23 млрд. євро. В ТОП–5 європейських країн, які мають найбільшу площу земель, відведених під органічне виробництво, потрапили Іспанія, Італія, Німеччина, Франція та Польща.

Необхідно відзначити, що Німеччина залишається найбільшим ринком органічної продукції в Європі з місткістю ринку 7 млн. євро (2012 р.), на другому місці Франція – 4 млн. євро. Швейцарія є найбільшим споживачем органічної продукції з розрахунку на одну людину. Одна людина витрачає в Швейцарії близько 189 євро на органічні про-

дукти, коли в Німеччині – всього 86 євро. На європейському ринку домінують такі органічні товари, як фрукти та овочі, головними споживачами яких є Італія, Ірландія, Норвегія, Швеція, Німеччина. Високі продажі м'яса та м'ясних продуктів є характерними для таких країн, як Бельгія, Нідерланди, Франція, в Фінляндії вони становлять близько 10% ринкової частки. В цілому станом на 2012 р. в Європі налічується більше 320 тис. виробників (ЄС – 250 тис.) найбільша кількість яких знаходиться в Туреччині, Італії та Іспанії. Починаючи з 2003 р. ринок органічної продукції зріс майже вдвічі – до 22,8 млрд. євро.

Важливе значення у дослідженні відводиться регулюванню ринку органічної продукції, що набуває, з одного боку, вивченню передового світового досвіду, який може бути адаптований до вітчизняних реалій, а з іншого боку, жорстке виконання правил СОТ. Перші урядові плани підтримки виробників органічної продукції були введені в 80-х роках минулого століття в Данії та Швеції [11]. У 2004 р. була прийнята перша загальноєвропейська програма розвитку органічного сектору регіону на період до 2008 р., яка називалася «Європейський план розвитку сільськогосподарського виробництва органічних продуктів харчування – розробка критеріїв і процедур для оцінки плану дій ЄС у сфері органічного сільського господарства». Протягом останнього десятиліття в 26 країнах Європи було прийнято програми розвитку органічного виробництва [1].

Заслужує окремої уваги ініціатива з питань розвитку освіти у сфері органічного виробництва. З цією метою в 2004 р. був введений проект з координації європейських транснаціональних досліджень в галузі органічного продовольства і сільського господарства (Coordination of European Transnational Research in Organic Food and Farming, CORE Organic). У цьому проекті взяли участь 11 країн: Австрія, Данія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Італія, Нідерланди, Норвегія, Швеція, Швейцарія та Великобританія. Проект був завершений в 2007 р. В результаті провідними країнами – виробниками органічної продукції стали саме ті країни, які брали участь у CORE Organic [2; 5]. Таким чином, можемо зробити висновок, що дотримання державної політики, спрямованої на поширення органічного виробництва, послужило одним із стимулюючих факторів розвитку цього виду діяльності. Інструментарій, який при цьому застосовується, досить різноманітний: фінансова підтримка, інформаційне забезпечення, створення законодавчої бази і т. д. [1]. Тобто, для досягнення максимального рівня ефективності стимулювання вітчизняної галузі органічного агровиробництва необхідно застосування державної підтримки, що включає як мінімум три групи інструментів: фінансові, нормативно-правові, комунікативні.

У дослідженні представляють інтерес перспективні тенденції розвитку ринку органічної агропродовольчої продукції з метою визначення потенційних найбільш привабливих секторів і ніш. Глобальний попит на органічну продукцію в наступні два-три роки не зменшиться. Глобальна пропозиція теж постійно зростає, однак вона не є достатньою для задоволення потреб споживачів.

Прогнозується, що глобальний ринок органічних продуктів харчування та напоїв досягне позначки 211 млн. дол. США до 2020 р., зростання відбудеться в середньому на 15,7% порівняно з 2014 до 2020 р. Вигоди для здоров'я та наявність екологічно чистих характеристик, як очікується, стимулюватиме попит

протягом наступних шести років. Крім того, нормативно-правове забезпечення для органічного землеробства, як очікується, матиме позитивний вплив на ринок за рахунок поліпшення харчування та якості продукції.

Такі групи органічних товарів, як фрукти та овочі, домінують на ринку, на них припадає більше 35% всього світового доходу на ринку органічної продукції в 2013 р. М'ясо, риба і птиця, як очікується, будуть найбільш швидкозростаючими секторами, орієнтовний середньорічний темп зростання – 14,6% з 2014 до 2020 р. Ринок органічних напоїв, а саме напої із сої, вівса та рису, склали більше 38% від загальної виручки ринку органічних напоїв в 2013 р., проте органічне пиво і вино, як очікується, буде найбільш швидкозростаючим сегментом серед напоїв, за оцінками, середньорічний темп зростання – 25,6% з 2014 до 2020 р., з іншого боку, світовий ринок натуральної кави та чаю, як очікується, зросте в середньому на 22,5% порівняно з 2014 до 2020 р.

У глобальному масштабі Північноамериканський ринок органічних продуктів харчування і напоїв був оцінений в більш ніж 38 млрд. дол. США в 2013 р. США домінує на північноамериканському ринку і становить більше 90% регіонального ринку в 2013 р. Азіатсько-Тихоокеанський регіон, як очікується, стане самим швидкозростаючим ринком для органічних продуктів харчування і напоїв, за оцінками експертів, середньорічний темп зростання складе 28,5% з 2014 до 2020 р. Японія домінує на азіатському ринку органічних продуктів харчування і напоїв, на неї припадає понад 44% від загального доходу ринку в 2013 р. Ринок Китаю, за прогнозами, буде швидко зростати, середньорічний темп зростання складе 29,4% з 2014 до 2020 р.

В Україні ринок органічної продукції знаходиться на початковій стадії розвитку, але наявність родючих ґрунтів, розташування в сприятливих кліматичних зонах і вигідне гео економічне положення свідчать про потужний потенціал для подальшого його становлення. В Україні є значний потенціал до збільшення площ органічних земель. Цей ринок досить привабливий для виробників, оскільки органічна продукція користується все більшим попитом. Важливою статтею експортного потенціалу вітчизняного аграрного сектора потенційно може стати органічна агропродовольча продукція. У структурі виробництва вітчизняної органічної продукції домінує рослинницький напрямок, серед якого найбільшу питому вагу займає виробництво зернових. Значення врожайності, отриманої досліджуваними підприємствами – виробниками органічної продукції, наближається до середніх показників по Україні, а в деяких випадках навіть вище їх. Механізм регулювання цінової політики у сфері органічного агровиробництва в Україні не налагоджений. Цінова різниця між органічною і звичайною продукцією, на рівні оптових продажів, невелика. Найбільший прибуток на ринку органічної продукції отримують торгові мережі або товаровиробники, які реалізують свою продукцію самостійно [10].

З метою визначення особливостей формування пропозиції в 2012 р. було проведено два експертних соціологічні опитування: опитування керівників і фахівців агропромислових підприємств – виробників органічної продукції (33 керівника) та опитування керівників і фахівців агропромислових підприємств (47 керівників) [10]. Згідно з результатами дослідження, 34% респондентів повністю і

63% частково задоволені результатами своєї підприємницької діяльності у сфері органічного виробництва. Очевидним є той факт, що ця сфера є привабливою, і більшість виробників, які почали свою діяльність в ній, будуть намагатися утримати свої позиції. Серед причин, що спонукали їх до ведення підприємницької діяльності у сфері органічного господарювання, виробники органічної продукції виділяють в першу чергу моральне задоволення від цієї діяльності (33%), отримання додаткового доходу (44% респондентів), отримання конкурентних переваг (22% – для виробників органічної продукції, 21% – для виробників звичайної сільськогосподарської продукції).

Висновки з даного дослідження. Отже, ринок органічної агропродовольчої продукції відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки та розвитку сільського господарства за рахунок поширення екологічнобезпечних систем господарювання. Важливість і актуальність зазначеного виробничого методу підтверджується значною увагою, яка приділяється йому урядами багатьох країн світу. Важливе значення при вивченні становлення органічного ринку та методів його регулювання набуває дослідження передового світового досвіду, який може бути адаптований до вітчизняних реалій. Зокрема, країнами ЄС в рамках спільної сільськогосподарської політики акцентується важливість розвитку органічного сільського господарства. З метою розвитку ринку органічної продукції в більшості цих країн впроваджується система заходів стимулювання його розвитку. В Україні подальший ефективний розвиток національної галузі органічного виробництва безпосередньо залежатиме від державної підтримки, для досягнення максимального рівня ефективності стимулювання вітчизняної галузі органічного агровиробництва необхідно застосування таких інструментів, як фінансові, нормативно-правові, комунікативні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Tsyhankova T. Global transformations of international organic agrofood markets / Tetyana Tsyhankova, Olga Yatsenko, Yulya Zavadzka // Scientific Journal "Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development" / Aleksandras Stulginskis University and Lithuanian Institute of Agrarian Economics. – Kaunas – Vilnius, 2014. – Vol. 36. – No. 2, 3. – P. 425–434.
2. Vision for an Organic Food and Farming Research Agenda to 2025 [Electronic resource]. – Available from : <http://www.tporganics.eu/upload/>.
3. The World of Organic Agriculture [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1636-organic-world-2014.pdf>.
4. OrganicMarketingReport[Електронний ресурс]. –Режимдоступу: http://academicsreview.org/wp-content/uploads/2014/04/Academics-Review_Organic-Marketing-Report1.pdf.
5. TPOrganics_Vision Research Agenda. pdf, Padel S. Conversion to Organic Farming: A Typical Example of the Diffusion of an Innovation? / S. Padel // Sociologia Ruralis. – 2001. – 41. – P. 40–61.
6. Uganda Earns Big From Organic Agriculture [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.africaag.org/2014/07/18/uganda-earns-big-organic-agriculture/>.
7. Фіни все частіше купують органічні продукти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.goodnewsfinland.ru/arhiv/novosti/finny-vse-chasche-pokupayut-organicheskie-produkty/>.
8. Top-10 reasons to go organic [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prevention.com/food/healthy-eating-tips/top-reasons-choose-organic-foods>.
9. Grand View Research, Inc: Global Organic Food & Beverages Market to Reach USD 211.44 Billion by 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.grandviewresearch.com/press-release/global-organic-food-beverages-market>.
10. Яценко О. Международная торговля органической агропродовольственной продукцией / [О. Яценко, Г. Радзявичюс, Ю. Завадзкая] // Economic growth in conditions of globalization: Intern. Scientific and Practical Conf. 9-th ed., oct. 16–17, 2014: (in 2 vol) scientific com.: Stratan Alexandru (et.al.). – ISBN 978–9975–4185–0–8. Vol.1, 2014. – 368 p. – Antetit.: Nat. Inst. for Economic Research, Acad. of Sciences of Moldova. – С. 293–297.
11. Policy for organic farming: Rationale and conceptsю [Electronic resource]. – Available from : http://anubis.keel.hu/pdf/szakir/alapelv_farmer/Policy%20of%20OF.pdf.