

Маркетинговий аналіз органічного ринку агропродовольчої продукції в країнах ЄС та України

Мета статті - проаналізувати ринок екологічно безпечних продуктів харчування на території країн Європейського Союзу та в Україні, визначити тенденції розвитку ринків і порівняти отримані показники в контексті розвитку концепції екологічного маркетингу.

Методика дослідження. Використано методи аналізу та синтезу, а саме при здійсненні збору даних та їх подальшого аналізу в частині розвитку ринку органічної продукції на території Європейського Союзу та в Україні; порівняльний метод - при зіставленні отриманих показників ринкової кон'юнктури країн досліджуваних регіонів.

Результати дослідження. Доведено, що екологічно безпечне виробництво має позитивну динаміку до росту в усьому світі та, зокрема, в країнах Європейського Союзу. За одержаними результатами й окремими показниками Україна також виступає учасником зазначеного процесу. Враховуючи економічні показники, можна стверджувати, що Україна досить стрімко розвивається в цьому напрямі, а вітчизняні виробники можуть бути конкурентоспроможними на ринках країн Європи, зважаючи на природно-ресурсний потенціал та позитивну динаміку фінансово-економічних показників.

Елементи наукової новизни. Встановлено теоретичне і практичне підтвердження того, що за рахунок концепції екологічного маркетингу, її розвитку вітчизняні аграрні підприємства можуть не лише виготовляти екологічно безпечну продукцію, а й бути конкурентоспроможними на ринках Європейського Союзу з урахуванням євроінтеграційного вектора розвитку, сучасної позитивної динаміки цього напрямку та природно-ресурсного потенціалу країни.

Практична значущість. Результати проведеного дослідження мають вагоме практичне значення як для суб'єктів господарювання приватного сектору, так і для органів державної влади, відповідних департаментів і контролюючих органів у агропромисловій сфері та екологічно безпечного виробництва зокрема. Табл.: 1. Рис.: 10. Бібліогр.: 11.

Ключові слова: екологічний маркетинг; сільське господарство; екологічно безпечна продукція; Європейський Союз; ринок; соціальні потреби.

Лазаренко Владислав Ігорович - аспірант сектору економіки землекористування, Інститут агроєкології і природокористування НААН (м. Київ, вул. Метрологічна, 12)
E-mail: vladlaz93@ukr.net

Постановка проблеми. Виробництво органічної продукції з кожним роком набуває все більшої актуальності через велику кількість екологічних, економічних і соціальних переваг порівняно з традиційним сільським господарством. Це пов'язано з тим, що інтенсивний метод ведення сільського господарства, що нині найбільшою мірою застосовується у світі, спричинює деструктивний вплив на довкілля, а також майже повністю виснажує природні ресурси, перетворюючи їх на непридатні для сільського господарства.

Як ще один не менш важливий чинник слід вказати проблему суттєвої нестачі продуктів харчування та питної води через виснаження земельних ресурсів та швидкий темп росту населення планети. За даними міжнародної сільськогосподарської організації (FAO) близько 800 млн осіб перебувають за межею голоду. За офіційними даними ООН, чисель-

ність населення Землі станом на 2018 р. уже перевищила 7,6 млрд осіб. Проте традиційна система землеробства (яка й забезпечує основну частину продовольства) не розрахована на таку кількість населення. Як наслідок, майже 1 млрд осіб голодує або недоїдає, насамперед у Південній Азії та Африці, а від голоду щороку помирають 13-18 млн осіб, тобто 20 людей (серед яких і діти) на хвилину.

Така проблема стосується не лише бідних країн, у яких нестача ресурсів зумовлена природними факторами, а й країн з розвинутою економікою, де спостерігається ризикий потік емігрантів у зв'язку зі складними політичними, економічними ситуаціями у низькорозвинених країнах, поряд із власним високим показником народжуваності. Очевидно, що така ситуація зумовлює підвищення попиту на продукцію на внутрішньому ринку, але водночас створює глобальну проблему - нестачу ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед найбільш відомих досліджень, присвячених стану та розвитку органічної продукції в

* Науковий керівник - О.І. Шкуратов, доктор економічних наук, старший науковий співробітник.

© В.І. Лазаренко, 2019

Україні, слід виділити праці таких вітчизняних учених, як: С. Бегей [1], Н. Берлач [2], В. Вовк [3], В. Гармашов [4], В. Гудзь [5], М. Кобець [6], О. Шкуратов [9] та ін. Щодо вивчення згаданої проблематики серед закордонних науковців варто відзначити: Mette Wier, Carmen Calverley [10], Kelly Stange [11].

Мета статті - проаналізувати ринок екологічно безпечних продуктів харчування на території країн Європейського Союзу та в Україні, визначити тенденції розвитку ринків і порівняти отримані показники в контексті розвитку концепції екологічного маркетингу.

Виклад основних результатів дослідження. Згідно із класичним визначенням та за своїм практичним значенням, органічна продукція - це продукція сільського господарства, що виготовляється відповідно до затверджених правил (стандартів), які передбачають мінімізацію або повну відмову від використання пестицидів, синтетичних мінеральних добрив, регуляторів росту, штучних харчових домішок. У сучасних умовах важливим критерієм органічної продукції, з урахуванням концепції сталого розвитку, визначено зменшення під час вирощування деструктивного впливу на ресурси та довкілля в цілому.

Зростаючий антропогенний і техногенний тиск на навколишнє природне середовище підводить суспільство до критичної межі виживання, де забезпечення належних умов життя населення виступає ключовим завданням концепції сталого розвитку. На етапі реалізації цієї концепції особливого значення набуває питання ефективного розвитку виробництва і споживання екологічно безпечних продуктів харчування, де ринок та екологічний маркетинг стають дієвими інструментами у складі механізмів сталого розвитку (механізми природоохорони, природокористування, енергозбереження, ресурсозбереження, прогнозування тощо) [9].

З погляду екологічного маркетингу, органічна продукція являє собою один із найдієвіших інструментів у вирішенні трьох ключових питань: зниження негативного впливу на довкілля; забезпечення конкурентоспроможного та ефективного виробництва; задоволення екологічних потреб суспільства. З такою проблемою зіштовхну-

лася й Україна, де через недбале використання природних ресурсів сільського господарства була втрачена більша частина земельних ресурсів. Саме тому проблема розвитку ринку органічної продукції в Україні в умовах євроінтеграції нині актуальна [4].

Серед країн, що найбільшою мірою усвідомили значення проблеми харчування, нестачі ресурсів, стали країни ЄС. Низкою країн та зокрема на ринку Співтовариства було прийнято ряд програм, доктрин щодо виробництва продуктів харчування, технологій вирощування сільськогосподарських культур. Усі товари, що імпортуються на митну територію ЄС, в обов'язковому порядку повинні відповідати вимогам Європейського Союзу, спрямованим на забезпечення захисту споживачів. Ці вимоги суттєво різняться залежно від конкретного товару, але у цілому можуть бути згруповані за такими напрямками: технічні, економічні, фітосанітарні заходи. Крім того, до певних видів продукції на рівні ЄС встановлюються маркетингові стандарти, а також застосовуються обмеження імпорту, що також можуть розглядатися як механізми захисту внутрішнього ринку від імпортних товарів, якість і безпека яких не відповідає вимогам Євросоюзу.

На окремому рівні в ЄС знаходиться питання виробництва екологічно безпечної продукції. Провідні країни Європи (Німеччина, Франція, Данія) за останні роки не лише розробили програми розвитку органічного сільського господарства, а й створили ефективний механізм щодо стимулювання та зацікавлення суб'єктів господарювання аграрного напрямку у переорієнтації на органічне (екологічно безпечне) виробництво, а також стосовно залучення інвестицій у цей напрям [10].

Зважаючи, що Україна перебуває лише на стадії формування екологічно безпечного виробництва та через обраний проєвропейський шлях розвитку економіки і суспільства в цілому, важливо мати чітке уявлення про ситуацію на органічному ринку ЄС [8]. Так, щодо загальної ситуації на ринку органічної продукції в Європі, то загальна площа угідь під органічне виробництво становить понад 11 млн га і згаданий показник має тенденцію до збільшення (табл.).

Загальна площа органічних сільськогосподарських угідь у ЄС за 2012 і 2016 р., га

Країна	2012 р.	2016 р.	2016 до 2012, %
Бельгія	59718	78452	31,4
Болгарія	39138	160620	310,4
Чеська Республіка	468670	488591	4,3
Данія	194706	201476	3,5

Продовження табл.

Німеччина	959832	1135941	18,3
Естонія	142065	180852	27,3
Ірландія	52793	76701	45,3
Греція	462618	342584	-25,9
Іспанія	1756548	2018802	14,9
Франція	1030881	1537351	49,1
Хорватія	31904	93593	193,4
Італія	1167362	1796333	53,9
Кіпр	3923	5550	41,5
Латвія	195658	259146	32,4
Литва	156539	221665	41,6
Люксембург	4130	4274	3,5
Угорщина	130607	186322	42,7
Мальта	37	24	-35,1
Нідерланди	48038	52204	8,7
Австрія	533230	571423	7,2
Польща	655499	536579	-18,1
Португалія	200833	245052	22,0
Румунія	288261	226309	-21,5
Словенія	35101	43579	24,2
Словаччина	164360	187024	13,8
Фінляндія	197751	238240	20,5
Швеція	477684	552695	15,7
Велика Британія	590011	490205	-16,9
Ісландія	*	22594	*
Норвегія	55260	47621	-13,8
Швейцарія	121013	141249	16,7
Македонія	*	3245	*
Сербія	*	14358	*
Туреччина	*	533218	*
Разом	10047896	11931589	18,7

Джерело: Побудовано автором за даними [11].

Варто зазначити, що до країн із найвищим приростом і позитивною динамікою за площами сільськогосподарських органічних

угідь належать: Хорватія, Ірландія, Нідерланди, Словенія, Кіпр, Люксембург, Норвегія, Ісландія, Сербія, Македонія (рис. 1).

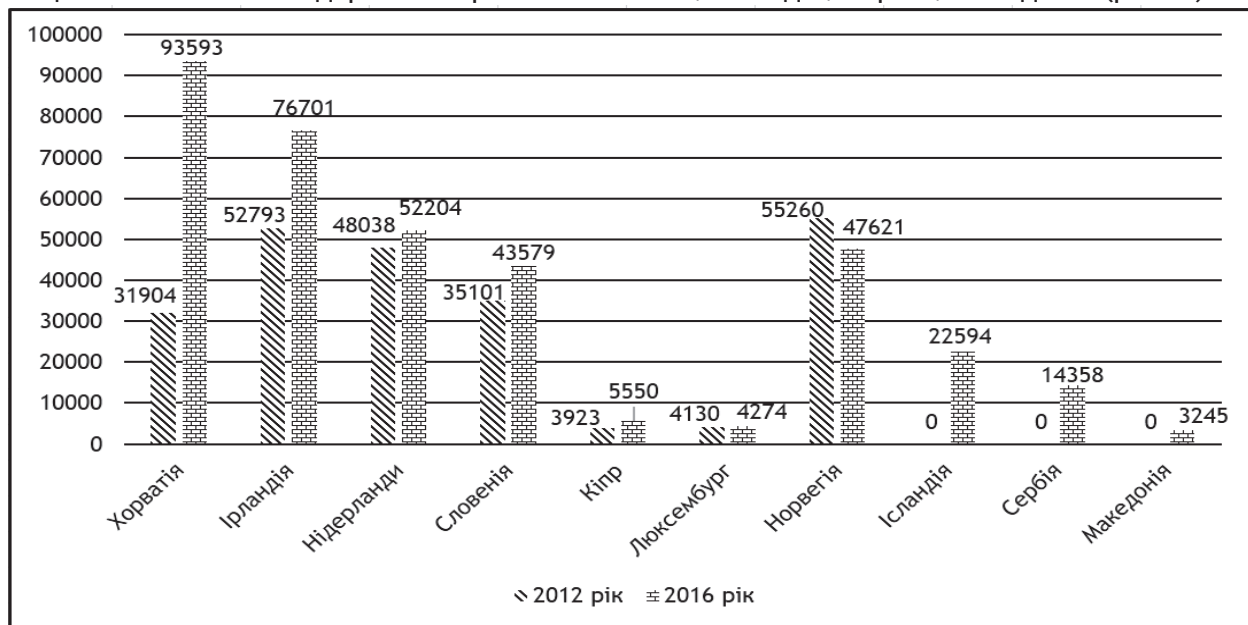


Рис. 1. Динаміка змін площ органічних сільськогосподарських угідь в окремих країнах ЄС, га

Джерело: Побудовано автором за даними [11].

Щодо країн із найбільшими площами органічних сільськогосподарських угідь, то тут виділяються Італія, Іспанія, Франція, Ні-

меччина. Їхня частка у структурі земель найвища (рис. 2).

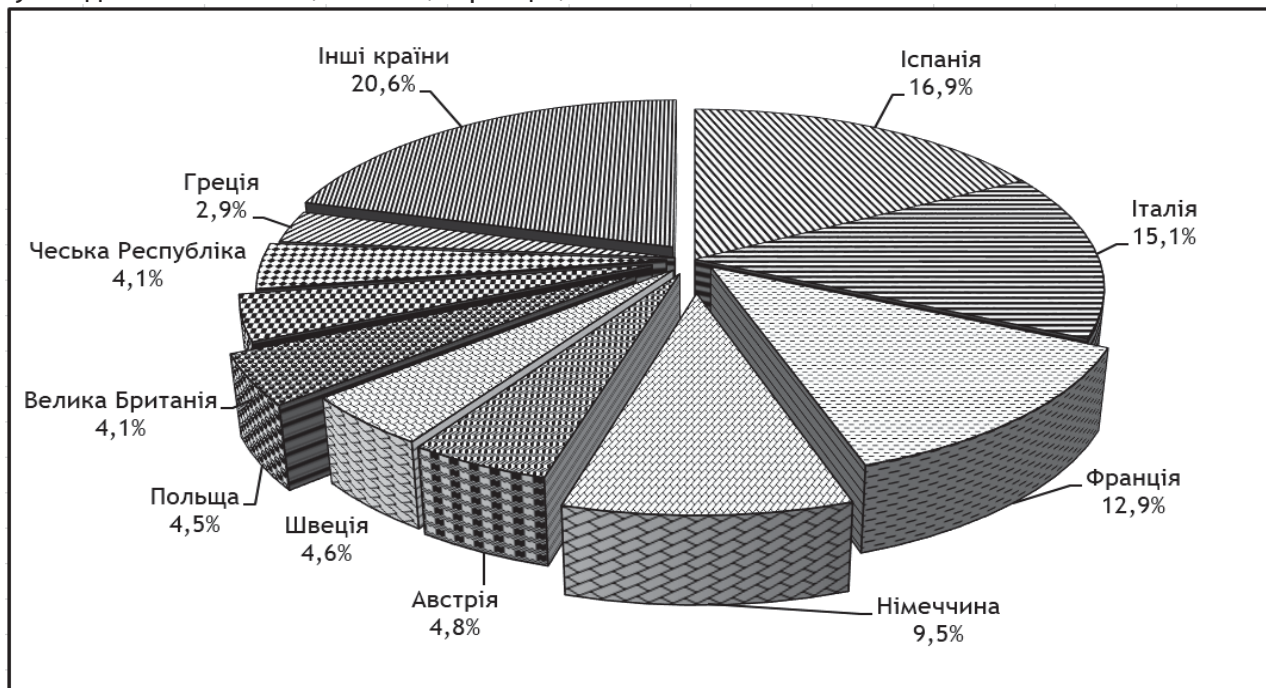


Рис. 2. Частка площ органічних сільськогосподарських угідь по країнах у загальній структурі ЄС, %

Джерело: Побудовано автором за даними [11].

Разом із тим, оскільки екологічно безпечний напрям нині на часі в багатьох країнах, важливим показником видається частка площ органіку в загальній структурі сільськогосподарських угідь. Так, у ЄС найбіль-

шою часткою органічних угідь у загальній структурі земель сільськогосподарського призначення виокремлюються такі країни, як Австрія, Швеція, Естонія, Італія, Чехія, Латвія (рис. 3).

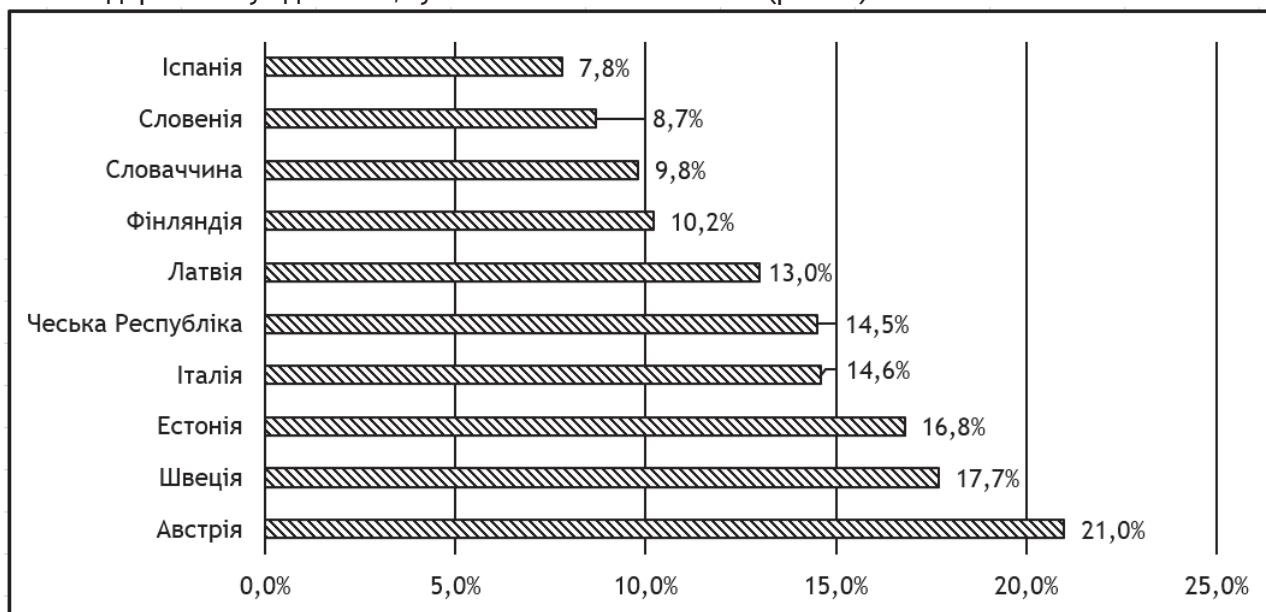


Рис. 3. Частка органічних земель у загальній структурі сільськогосподарських угідь, %

Джерело: Побудовано автором за даними [11].

При цьому, за фінансово-економічними показниками органічний ринок Європейського Союзу постійно розвивається. Так, ста-

ном на кінець 2016 р. загальний обсяг ринку ЄС досягнув 34,8 млрд дол. США (рис. 4).

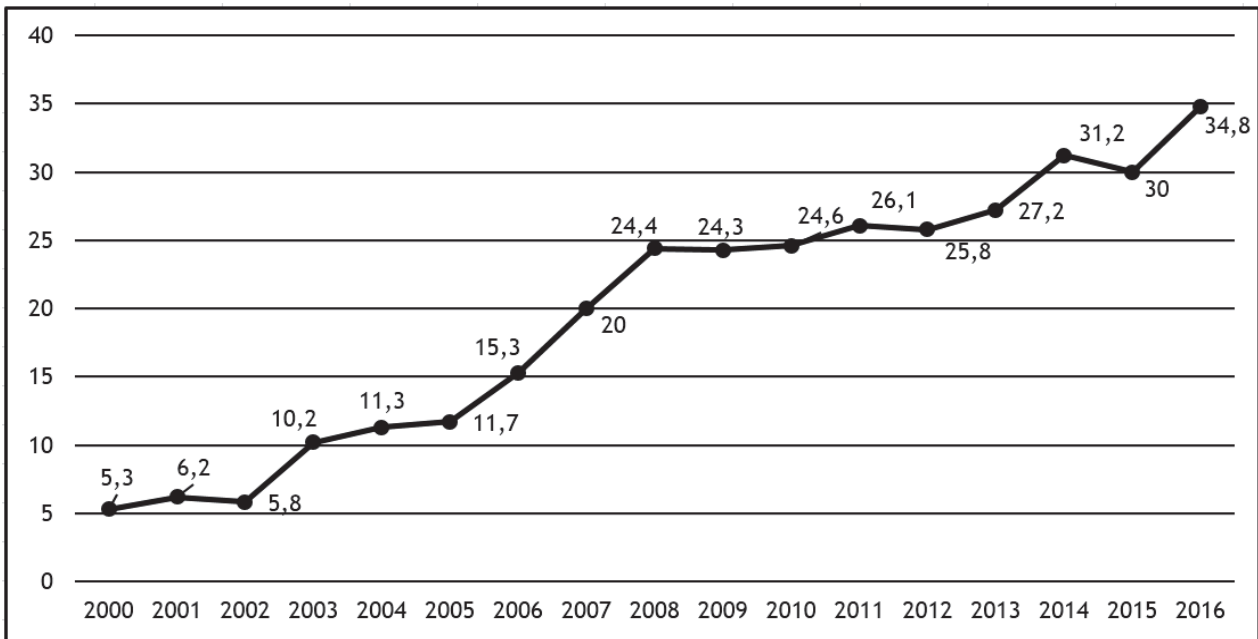


Рис. 4. Приріст ринку органічної продукції в ЄС з 2000-го по 2016 р., млрд дол. США

Джерело: Побудовано автором за даними [11].

Зважаючи на наведене вище, можна зробити висновок, що у Європейському Союзі

країнами з найбільшим обсягом ринку стали Німеччина, Франція, Велика Британія (рис. 5).

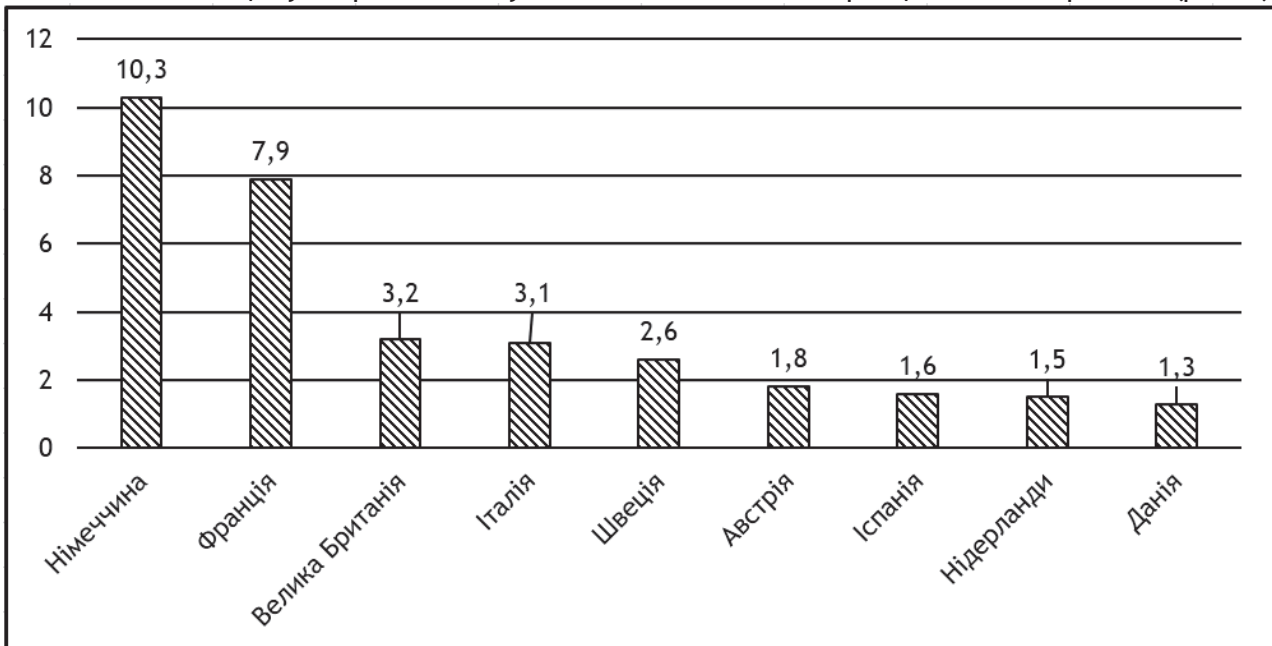


Рис. 5. Країни ЄС з найбільшим обсягом ринку органічної продукції за 2016 р., млрд дол. США

Джерело: Побудовано автором за даними [11].

Досить значним за 2017 р. виявився обсяг експорту з ЄС - 11,7 млн дол. США (рис. 6).

Один із важливих компонентів оцінки маркетингової діяльності кожної конкретної галузі - це кількість споживачів, а також сума, яку готовий і здатний сплатити споживач за кожен конкретний товар. Як уже зазначалося, екологічно безпечна продукція у країнах

ЄС стає все вагомішим чинником життєдіяльності, тому споживачі витрачають дедалі більше коштів на задоволення власних екологічних потреб. Зокрема, у 2017 р. найбільшу кількість споживчих витрат на екологічно безпечну продукцію відзначено в Данії. Громадяни цієї країни витрачають понад 250 дол. США на одну особу щомісяця (рис. 7).

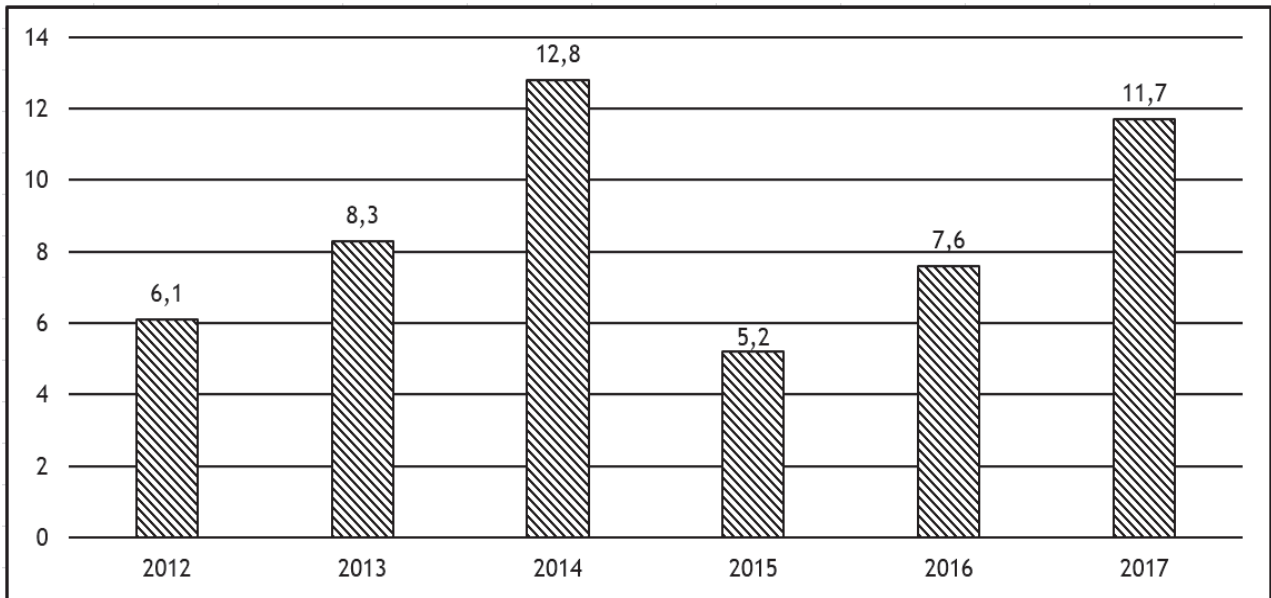


Рис. 6. Обсяг експорту органічної продукції з ЄС з 2012-го по 2017 р., млн дол. США

Джерело: Побудовано автором за даними [11].

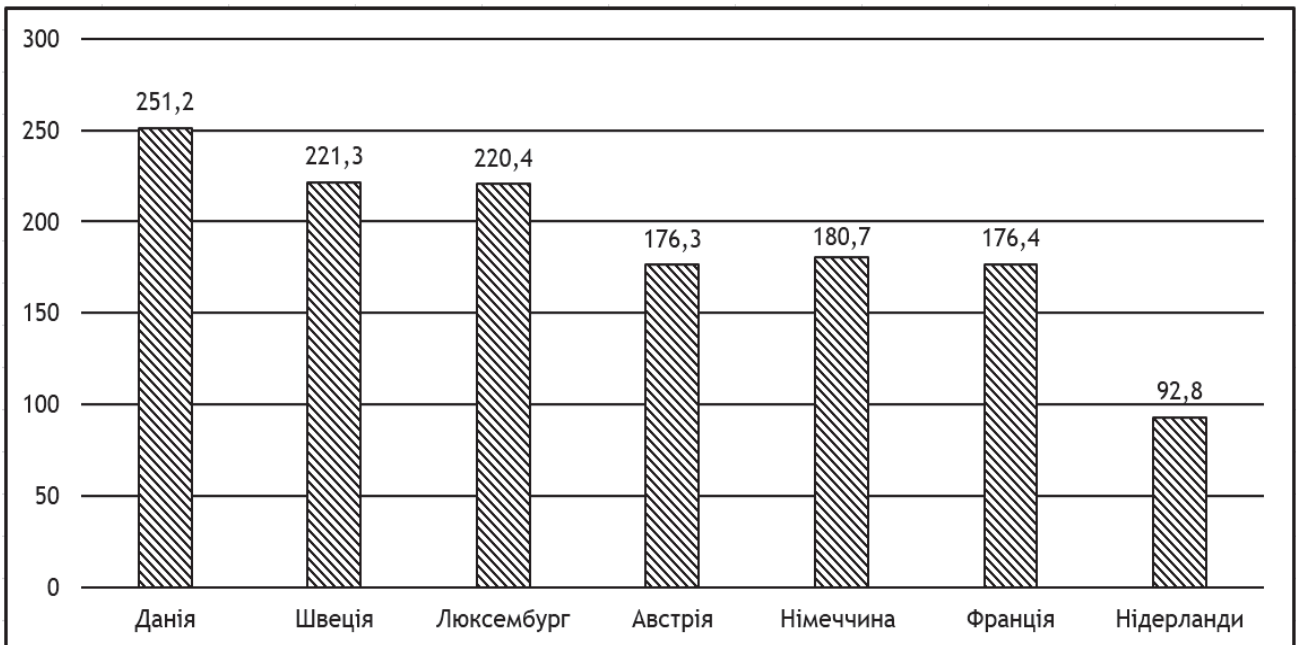


Рис. 7. Найвищий рівень споживання органічної продукції серед країн ЄС, дол. США на одну особу

Джерело: Побудовано автором за даними [11].

На відміну від країн Європейського Союзу, Україна перебуває лише на стадії формування екологічно безпечного аграрного виробництва і, відповідно, ефективного функціонування такого ринку.

Станом на кінець 2016 р. в Україні зареєстровано 360 сертифікованих органічних господарств. При цьому спостерігається постійна позитивна динаміка щодо кількості зайнятих суб'єктів господарювання в екологічно безпечному виробництві (рис. 8).

Постійне збільшення кількості підприємств прямо пропорційно пов'язано з розвитком ринку. У 2016 р. загальний обсяг ринку становив 21,2 млн дол. США. Зважаючи на тенденцію розвитку, цей показник постійно зростатиме (рис. 9).

Про досить успішний розвиток даного напрямку в Україні свідчить збільшення площі угідь, відведених під органічне виробництво. За досліджуваний період загальна площа органічних сільськогосподарських угідь знаходилася на рівні 411,2 га (рис. 10).

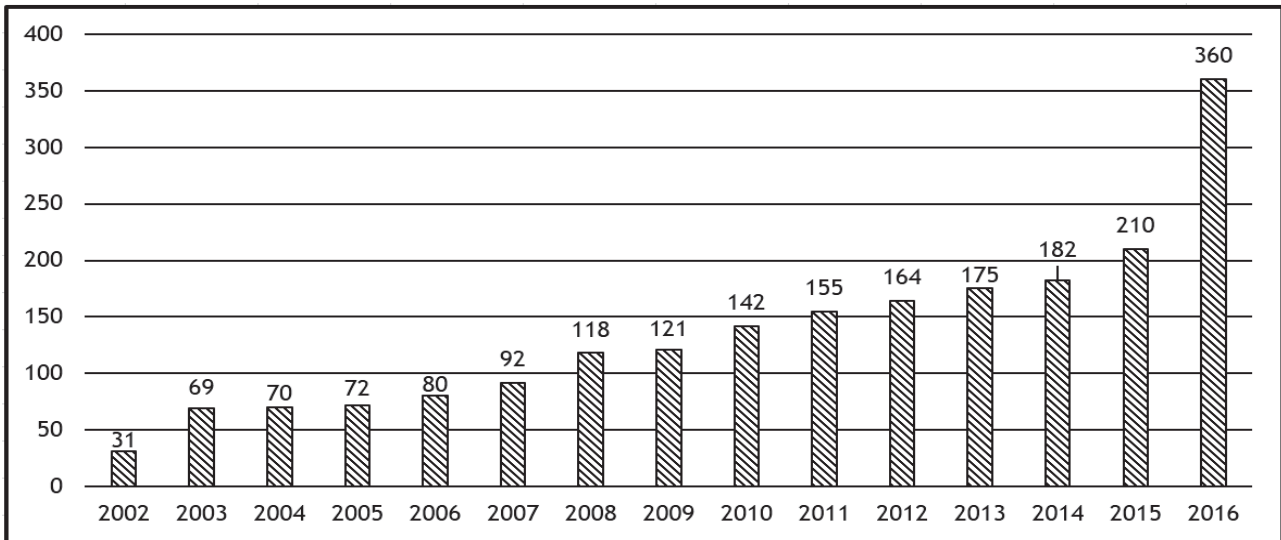


Рис. 8. Кількість органічних господарств в Україні з 2002-го по 2016 р., шт.

Джерело: Побудовано автором за даними [7].

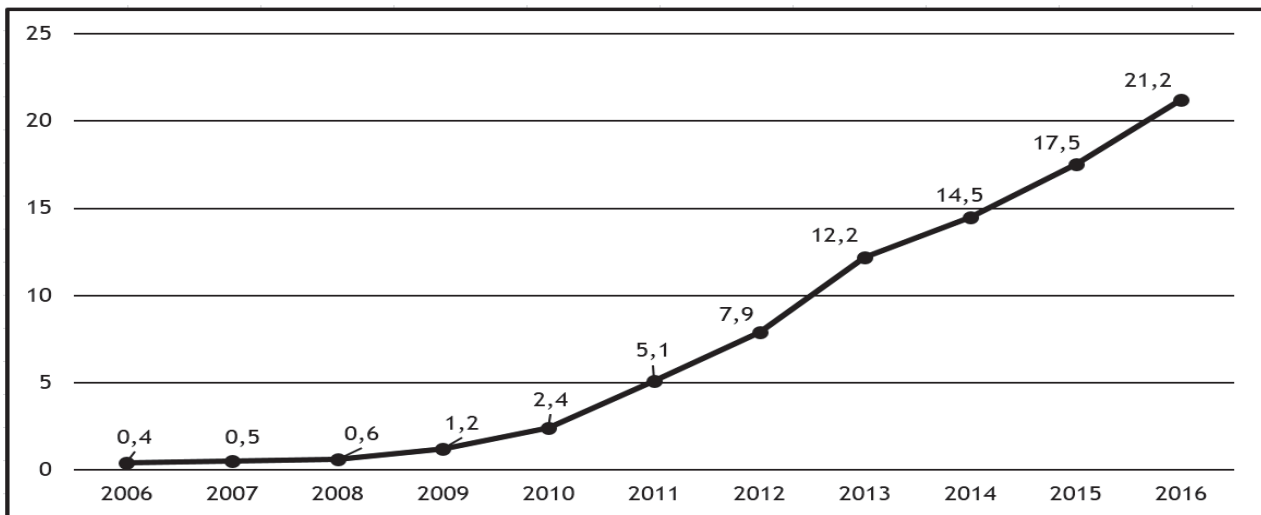


Рис. 9. Приріст обсягу ринку органічної продукції в Україні з 2006-го по 2016 р., млн дол. США

Джерело: Побудовано автором за даними [7].

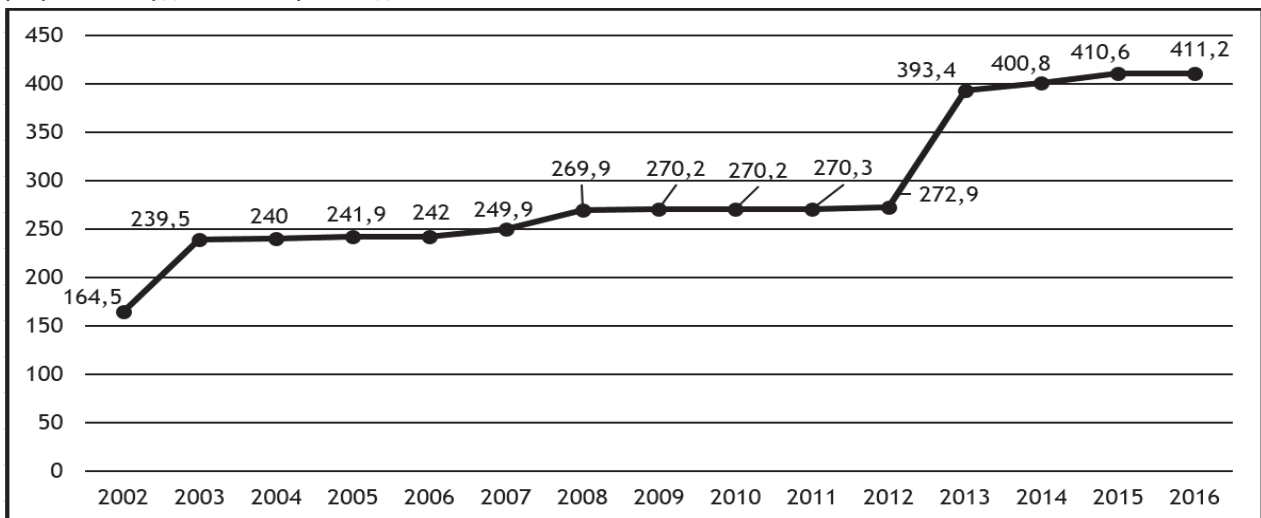


Рис. 10. Зміна площ органічних угідь за 2002-2016 рр., га

Джерело: Побудовано автором за даними [7].

Висновки. Як встановлено, еколого безпечно виробництво постійно розвивається в усьому світі та, зокрема, в країнах Європейського Союзу. Україна також виступає учасником зазначеного процесу. За одержаними результатами та деякими економічними показниками можна стверджувати, що Україна досить стрімко розвивається в цьому напрямі, а вітчизняні виробники можуть бути конкурентоспроможними на ринках країн Європи, зважаючи на природно-

ресурсний потенціал та позитивну динаміку фінансово-економічних показників.

Однією із суттєвих перепон розвитку і стимулювання екологобезпечного напрямку виробництва є низька підтримка органів державної влади та органів місцевого самоврядування, зокрема в частині екологічного законодавства, а також зорієнтованість на підтримку великих товаровиробників на противагу дрібним і середнім господарствам.

Список бібліографічних посилань

1. Бегей С.В. Екологічне землеробство: підручник. Львів : ПП "Новий Світ -2000", 2010. 429 с.
2. Берлач Н. А. Адміністративно-правові засади формування органічного напрямку у сільському господарстві України : монографія. Київ : Новая идеология, 2010. 398 с.
3. Вовк В. І. Сертифікація органічного сільського господарства в Україні: сучасний стан, перспективи, стратегія на майбутнє. Органічні продукти харчування. Сучасні тенденції виробництва і маркетингу : матеріали Міжнародного семінару. Львів, 2004. С. 3.
4. Гармашов В. В. До питання органічного сільськогосподарського виробництва в Україні. *Вісник аграрної науки*. 2010. № 7. С.11-16.
5. Гудзь В.П. Адаптивні системи землеробства : підручник. Київ : Центр учбової л-ри, 2007. 334 с.
6. Кобець М. І. Органічне землеробство в контексті сталого розвитку. Проект «Аграрна політика для людського розвитку». Київ, 2004, 22 с.
7. Органік в Україні. *Федерація органічного руху України*. URL : <http://organic.com.ua/>.
8. Органічне виробництво: має шанс подолати голод і глобальне потепління. *Український органік журнал «Organic UA»*. URL : <http://organic.ua>.
9. Шкуратов О. І. Використання інструментів екологічного маркетингу в господарській діяльності аграрних підприємств. Київ : ДУ «ІЕПСР НАНУ», 2012. Ч. 2. С. 214-218.
10. Mette Wier, Carmen Calverley. Market potential for organic foods in Europe. *British Food Journal*. 2002. Vol. 104. Issue: 1. P.45-62.
11. Kelly Stange. EU Organic Boom Brings Opportunities for U.S. Exporters. Berlin, Germany. *Global agriculture information network*. 2018.

References

1. Behei, S.V. (2010). *Ekologichne zemlerobstvo: pidruchnyk [Ecological agriculture: a textbook]*. Lviv: PP "Novyj Svit-2000" [In Ukrainian].
2. Berlach, N.A. (2010). *Administratyvno-pravovi zasady formuvannja organichnogo naprjamy u silskomu gospodarstvi Ukrainy: monografija [Administrative and legal principles for forming an organic direction in the agriculture of Ukraine: a monograph]*. Kyiv: Novaia Ideologiya [In Ukrainian].
3. Vovk, V.I. (2004). Sertyfikacija organichnogo silskogo gospodarstva v Ukraini: suchasnyj stan, perspektyvy, strategija na majbutnje [Certification of organic agriculture in Ukraine: current state, prospects, strategy for future]. (p. 3). *Materialy Mizhnarodnogo seminaru Organichni produkty harchuvannja. Suchasni tendencii' vyrobnytstva i marketyngu* [In Ukrainian].
4. Garmashov, V.V. & Fomichova, O.V. (2010). Do pytannja organichnogo silskogospodarskogo vyrobnytstva v Ukraini [On the issue of organic agricultural production in Ukraine]. *Visnyk agararnoi nauky, 7, pp. 11-16* [In Ukrainian].
5. Gudz, V.P., Prymak, I.D., et al. (2007). *Adaptyvni systemy zemlerobstva: pidruchnyk [Adaptive farming systems: a textbook]*. Kyiv: Centr uchbovoi l-ry [In Ukrainian].
6. Kobec, M.I. (2004). *Organichne zemlerobstvo v konteksti stalogo rozvytku. Proekt "Agrarna polityka dlja ljudskogo rozvytku" [Organic agriculture in context of sustainable development. Project "Agrarian policy for human development]*. Kyiv [In Ukrainian].
7. Orhanic v Ukraini [Organic in Ukraine]. (2013). *Federacija organichnogo ruhu Ukrainy*. Retrieved from: <http://organic.com.ua> [In Ukrainian].
8. Organichne vyrobnytstvo: maie shans podolati holod i hlobalne poteplinnia [Organic production: has a chance to overcome hunger and global warming]. (2013). *Ukrainskyj organik zhurnal "Organic UA"*. Retrieved from: <http://organic.ua> [In Ukrainian].
9. Shkuratov, O.I. (2012). *Vykorystannya instrumentiv ekolohichnoho marketynhu v hospodarskiy diyalnosti ahrarnykh pidpryemstv [Use of environmental marketing tools in economic activity of agrarian enterprises]*. Kyiv: "IESP NANU" [In Ukrainian].
10. Wier, M. & Calverley, C. (2002). Market potential for organic foods in Europe. *British Food Journal, Vol. 104, Issue 1, pp. 45-62* [In English].
11. Stange, K. (2018). *EU organic boom brings opportunities for U.S. exporters. Global agriculture information network*. Berlin [In English].

Lazarenko V.I. Marketing analysis of the organic agri-food market in the EU countries and Ukraine

The purpose of the article is to analyse the market of environmentally friendly food products on the territory of the European Union and Ukraine and identify market trends, as well as compare indicators in context of development of environmental marketing concept.

Research methods. In the research process were used the following scientific methods: the methods of analysis and synthesis for implementation of data collection and their further analysis in a part of development of the organic products market in the European Union and in Ukraine; the comparative method for comparing obtained indicators of the market situation of the European Union countries and Ukraine.

Research results. The study found that eco-safe production has a positive dynamism for growth worldwide and in particular in the countries of the European Union. Given the research results and data of individual indicators, Ukraine is no exception. Paying attention to economic indicators, it can also be argued that Ukraine is developing rapidly enough in this direction and domestic

producers can be competitive on the markets of European countries, given natural resource potential and positive dynamics in financial and economic indicators.

Elements of scientific novelty. According to the research results, there was theoretically and practically justified the fact that due to the concept of ecological marketing and its development, domestic agricultural enterprises can not only produce environmentally safe products, but also be competitive in the European Union markets, taking into account the European integration vector of Ukraine, modern positive dynamics of development in this direction and natural resource potential of the country.

Practical significance. The research results are of great practical importance both for private entities and public authorities, responsible departments and controlling bodies in the agro-industrial sector and ecologically safe production in particular. Tabl.: 1. Figs.: 10. Refs.: 11.

Keywords: ecological marketing; agriculture; environmentally safe products; the European Union; market; social needs.

Lazarenko Vladyslav Ihorovych – post-graduate student of the sector of land use economics, Institute of Agroecology and Environmental Management of NAAS (12, Metrolohichna str., Kyiv)
E-mail: vladlaz93@ukr.net

Лазаренко В.И. Маркетинговый анализ органического рынка агропродовольственной продукции в странах ЕС и Украины

Цель статьи – проанализировать рынок экологически безопасных продуктов питания на территории стран Европейского Союза и в Украине, определить тенденции развития рынков и сравнить полученные показатели в контексте развития концепции экологического маркетинга.

Методика исследования. Использованы методы анализа и синтеза, а именно при осуществлении сбора данных и их дальнейшего анализа в части развития рынка органической продукции на территории Европейского Союза и в Украине; сравнительный метод – при сопоставлении полученных показателей рыночной конъюнктуры стран на территории исследуемого региона.

Результаты исследования. Доказано, что экологически безопасное производство имеет положительную динамику к росту во всем мире и, в частности, в странах Европейского Союза. По полученным результатам и отдельным показателям Украина также выступает участником указанного процесса. Учитывая экономические показатели, можно утверждать, что Украина достаточно стремительно развивается в этом направлении, а отечественные производители могут быть конкурентоспособными на рынках стран Европы, принимая во внимание природно-ресурсный потенциал и положительную динамику финансово-экономических показателей.

Элементы научной новизны. Установлено теоретическое и практическое подтверждение того, что за счет концепции экологического маркетинга, ее развития отечественные аграрные предприятия могут не только производить экологически безопасную продукцию, но и быть конкурентоспособными на рынках Европейского Союза с учетом евроинтеграционного вектора развития, современной положительной динамики этого направления и природно-ресурсного потенциала страны.

Практическая значимость. Результаты проведенного исследования имеют большое практическое значение как для субъектов хозяйствования частного сектора, так и для органов государственной власти, соответствующих департаментов и контролирующих органов в агропромышленной сфере и экологически безопасного производства в частности. Tabl.: 1. Илл.: 10. Библиогр.: 11.

Ключевые слова: экологический маркетинг; сельское хозяйство; экологически безопасная продукция; Европейский Союз; рынок; социальные потребности.

Лазаренко Владислав Игоревич – аспирант сектора экономики землепользования, Институт агроэкологии и природопользования НААН (г. Киев, ул. Метрологическая, 12)
E-mail: vladlaz93@ukr.net

Стаття надійшла до редакції 15.04.2019 р.

Фахове рецензування: 02.05.2019 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Лазаренко В. І. Маркетинговий аналіз органічного ринку агропродовольчої продукції в країнах ЄС та України. *Економіка АПК*. 2019. № 5. С. 106 – 114.

*