

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ОРГАНІЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА

Черненко В.В., здобувач

Полтавська державна аграрна академія

У статті висвітлено стан світового ринку продукції органічного землеробства та досліджено канали збуту органічної продукції в Європі.

World market of organic farming products is shown. Channels of distribution of organic products in Europe are investigated.

Постановка проблеми. Ринок органічної продукції вже близько двох десятиріч є найдинамічнішим ринком продовольства у світі й стає популярною альтернативою споживанню традиційної продукції. Світовий ринок органічної продукції в 2009 році складав 40 млрд євро і в Україні відповідно 1,2 млн євро. Приблизно 0,1 % від продажів харчових продуктів припадає на органічну продукцію в Україні [4].

Незважаючи на існуючі нормативно-правові, соціальні та економічні проблеми становлення вітчизняного ринку органічної продукції, він є перспективним для України з огляду на наявні природні ресурси (родючі чорноземи та екологічно чисті зони) та зростаючу зацікавленість споживачів. Світова практика показує, що для ефективної організації роботи органічних товаровиробників неабияку роль відіграють канали збуту такої продукції.

Тому питання ефективної організації збуту органічної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках є актуальним для вивчення з огляду на існуючий світовий досвід.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні розглядалися такими вітчизняними науковцями, як: В.І. Артиш, Т.О. Зайчук, Є.В. Милованов, В.О. Шлапак та ін. Проте динамічність розвитку цього сегменту продовольчого ринку змушує постійно звертатися до аналізу існуючих трендів виробництва органічної продукції.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану ринку органічної продукції в світі та подальших тенденцій його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Починаючи з 90-х років ХХ ст., у багатьох країнах світу формуються ринки органічної продукції, обсяги яких на сьогодні стрімко зростають, що пов'язано з: підвищенням кількості екологічних катастроф, конфліктами навколо харчових продуктів на міждержавному рівні, зростанням рівня свідомості споживачів щодо власного майбутнього та майбутнього своїх дітей, стану навколишнього середовища. Високі темпи збільшення споживання, органічних продуктів, розширення їх асортименту, поширення органічного землеробства в усьому світі дають підстави стверджувати, що виробництво органічних продуктів може стати серйозною альтернативою традиційному сільському господарству [2].

Органічне землеробство розвивається дуже швидкими темпами і на сьогодні вже в 146 країнах світу ведеться статистика, щодо виробництва ор-

ганічного продовольства. Серед 100 країн – найбільших виробників продукції органічного землеробства, Україна посідає 16 місце, що має суттєве значення з точки зору покращення її конкурентних позицій на світовому продовольчому ринку, оскільки наша країна за темпами розвитку цього сегменту випередила ряд європейських країн.

У США та Західній Європі органічні продукти сьогодні займають відповідну ринкову нішу і характеризуються щорічним приростом на рівні 10-12%, навіть за умови, що їх ціна у середньому на 40-50% вище від ціни продовольства, виготовленого за індустріальними технологіями. Вони реалізуються, головним чином, через магазини здорового харчування та спеціалізовані відділи звичайних продовольчих магазинів.

У 2009 р. у зв'язку зі світовою економічною кризою, у секторі органічного землеробства спостерігалася негативна динаміка. Так, наприклад, у Великобританії, на одному із найбільших ринків органічної продукції, в 2009 р. продажі скоротилися на 13,6%.

За даними Асоціації фермерів, що спеціалізуються на вирощуванні органічної плодоовочевої продукції, також економічний спад сприяв скороченню числа органічних виробників [6].

Особливістю ринку органічної продукції є постійний зріст попиту та збільшення ціни на 20-50% на відміну від традиційного ринку. Так, серед країн Європи можна виділити таких лідерів за середніми витратами на споживання органічної продукції в розрахунку на душу населення, як Швейцарія (103 євро). Швеція (47 євро), Німеччина (38 євро), Франція та Великобританія (27 євро), Італія (24 євро) [7]. Споживачі цих країн віддають перевагу закупівлі органічної продукції у спеціалізованих магазинах та на полицях звичайних супермаркетів.

Основні європейські канали збуту для органічної продукції - це мережа роздрібною торгівлі (70%); прямі продажі з підприємств і продажі через ринки, які забезпечують приблизно 15% збуту; продажі через спеціалізовані магазини: булочні, м'ясні лавки, ресторани та інші заклади громадського харчування – до 15%. Покупці в середньому переплачують за органічні продукти 40-60% [7].

В умовах економічної кризи європейські споживачі почали надавати перевагу органічним продуктам місцевого виробництва. Зокрема, в таких країнах Європи, як Чехія та Угорщина, де попит на органічні продукти в спеціалізованих магазинах та супермаркетах знизився приблизно на 5-15%, стали популярними споживчі концепції «органічна продукція на місцевому ринку», «органічна продукція від місцевого фермера». Як наслідок, мережі звичайних супермаркетів відреагували скороченням свого асортименту органічної продукції [3].

У США більше 40% американців споживають органічну продукцію, при цьому їх можна умовно розділити на такі категорії:

- органічна інтегрована група (37% усіх органічних споживачів) – люди, які вживають органічні продукти більше одного разу на день;
- органічна середня група (39%) – вживають органічні продукти при-

наймні раз на тиждень;

- органічна початкова група (24%) – вживають органічні продукти нерегулярно, час від часу [1].

Останні дослідження світового ринку органічних продуктів проводилися за підсумками 2009 року. Провідні організації з питань органічної продукції (IFOAM, FiBL, The Datamonitor Group) оцінили ринок органічної продукції у світі на рівні \$60 млрд. Екологічним виробництвом сільськогосподарської продукції та продовольства займаються близько 1,8 млн господарств, які використовують 37,2 млн га. При цьому понад третина виробників знаходяться в Азії, Африці та Латинській Америці. За прогнозами, до 2014 року світове споживання органічної продукції збільшиться на 61% та досягне \$97 млрд.

Основними тенденціями світового ринку стало збільшення попиту на органічні продукти в більшості країн. Ситуація на світовому ринку органічної продукції характеризується концентрацією попиту в розвинених країнах, підвищенням попиту в країнах, що розвиваються, консолідацією учасників ринку та розвитком дистрибуції органічної продукції.

Аналіз імпорتنих операцій на внутрішньому ринку екологічно чистої продукції у високорозвинутих країнах Європейського Союзу свідчить, що основними постачальниками плодоовочевої продукції є країни ЄС південного регіону, зернові та олійні імпортуються зі Східної Європи, а кава – з Південної Америки. В Австрію близько третини екологічно чистої продукції імпортується з Голландії, Франції, Німеччини та Італії, 50% обсягу імпорту – це овочі, 20% – зернові та олійні, які імпортуються з Угорщини, Чехії та Німеччини. У Данію імпортується в основному сировина та напівфабрикати. Це пов'язано з тим, що державне маркування (логотип) екологічно чистої продукції може бути нанесено лише на продукцію, виготовлену, перероблену або упаковану в Данії.

З'ясувалося, що найбільшу частку в імпорті екологічно чистої продукції становлять свіжі овочі та фрукти з Голандії, Франції, Італії й Іспанії. Німеччина є найбільшим імпортером екологічно чистої продукції серед європейських країн – 38%, головна стаття імпорту – це овочі та фрукти.

Крім того, вона ввозить великі обсяги горіхів, чаю, кави, спецій, олій та жирів. Важливими постачальниками імпорту є країни, що розвиваються. У Великобританії близько 50% попиту на зернові задовольняються за рахунок імпорту з США та ЄС.

Що стосується Північноамериканського ринку органічної продукції, то він характеризується найбільшим зростанням у світі. Хоча попит на органічну продукцію залишається нестабільним, проте прогнозують, що дана сфера ринку в майбутньому матиме найбільші доходи.

Висновки. За оцінками експертів, ринок органічної продукції в світі постійно зростає. Багато країн мають вже повністю сформовані ринки із широким асортиментом органічної продукції та постійними споживачами. Але на шляху розвитку цієї продукції існує багато перешкод: відсутність маркетингового досвіду реалізації органічної продукції, високі ціни на неї, недо-

статня обізнаність споживачів, обмеженість товарного асортименту, не налагоджена співпраця із традиційними каналами збуту продовольства й іншими суб'єктами ринкової діяльності.

Зважаючи на значний потенціал з виробництва аграрної продукції та позитивні передумови, які існують в Україні, наша держава здатна увійти в десятку країн-лідерів із виробництва органічної продукції. Для цього слід сприяти популяризації органічного способу життя, що дасть змогу поліпшити здоров'я нації та забезпечити продовольчу безпеку держави. Крім того, виробництво органічної продукції – чудова можливість для вітчизняних аграріїв зайняти нішу на швидкозростаючим і більш прибутковому ринку.

Література:

1. Артиш, В. І. Розвиток світового ринку органічної продукції / В. І. Артиш // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 113-116.
2. Артиш В.І. Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 117-120.
3. Зайчук Т.О. Вітчизняний ринок екологічно чистих продуктів харчування та шляхи його розвитку / Т.О. Зайчук // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 4. – С. 114-125.
4. Піндус В.В. Шляхи та особливості розвитку внутрішнього органічного ринку в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.organicstandard.com.ua/files/HealthyNation.../100303_Василь_Піндус.pdf.
5. В Європе сектор органічного земледілля снова на подъеме. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lol.org.ua/rus/showart.php?id=95578>.
6. Дудар В. Організаційно-економічні засади формування аграрного ринку конкурентоспроможної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/2MEd7T.pdf.
7. Основные рынки сбыта продукции органического сельского хозяйства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.moloko.cc/view_news.php?id=06-03-2007.

УДК 664.(477.53)

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗЕРНОПЕРЕРОБНОГО ПІДКОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА АГРАРНУ ЕКОНОМІКУ

Черненко К. В. аспірант

Полтавська державна аграрна академія

Висвітлено економічну сутність зернопродуктового підкомплексу та його структуру. Обґрунтовано проблеми розвитку й ефективного функціонування зернопродуктового підкомплексу АПК в умовах ринкових трансформацій. Розроблено пропозиції щодо ефективного розвитку всіх складових ланок зернопродуктового підкомплексу на регіональному рівні.

Economic essence of the grain production subcomplex and his structure is reflected. Grounded problems of development and effective functioning of the grain production subcomplex in the conditions of market transformations. Suggestions are developed in relation to effective development of all component elements of the grain production subcomplex at regional level.