

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 631.147:338.439.5

UDC 631.147:338.439.5

Є. В. Милованов, к. е. н.

E. V. Milovanov, Candidate of Economic Sciences

РОЗВИТОК РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ**ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS MARKET DEVELOPMENT: WORLD TRENDS AND UKRAINIAN REALITIES**

Актуальність теми дослідження. Визначено, що системна розбудова органічного сектору аграрної галузі України може значно підвищити перспективи органіки на внутрішньому і зовнішньому ринках, допомогти зайняти провідні позиції на міжнародному ринку й покращити збалансованість української економіки в довгостроковій перспективі.

Постановка проблеми. Беззаперечні переваги органіки стимулюють суспільство обирати органічну продукцію, а владні структури – виділяти ресурси на підтримку органіки, у зв'язку з чим органічні виробники прагнуть зайняти перспективні ніші на ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринок органічної продукції досліджували українські й зарубіжні науковці, зокрема: В. І. Артиш [1], О. Б. Вінюкова, Г. А. Чугрій [2], А. В. Казанджі [4], О. В. Коломичева, Л. С. Васильченко, С. М. Пепчук [5], Н. Я. Кутаренко [6], В. В. Писаренко [9], Т. Б. Харченко [12], О. Шегеда [13] Л. Хамзауї-Ессуссі, М. Захаф [14], О. Маслак [15], Х. Вілпер, Дж. Лерно [17] та інші.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Зважаючи на науковий внесок згаданих дослідників та динамічність розвитку ринкових відносин, все ж є необхідність постійної актуалізації та глибшого дослідження зазначеної тематики.

Постановка завдання. Метою статті є наукове обґрунтування розвитку вітчизняного і світового ринків органічної продукції з метою зміцнення аграрної галузі та національної економіки України в цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Продемонстровано позитивну динаміку розвитку органічного ринку в Україні та світі. Узагальнено виклики нормативно-правового, інституційного, економічного та інформаційного характеру, що стоять перед Україною, на шляху формування дієвого органічного ринку. Рекомендовано відповідні заходи для стимулювання розвитку органічного ринку.

Висновки. Україна має добрі перспективи зміцнити свої позиції на міжнародному органічному ринку, впроваджуючи найкращі практики управління на всіх рівнях з орієнтацією на розвиток технологій, інновацій та збалансованості.

Ключові слова: органічна сільськогосподарська продукція; міжнародна торгівля; ринок органіки; національна економіка; органічний сектор; попит та пропозиція.

DOI: 10.25140/2410-9576-2019-2(18)-65-75

Urgency of the research. It is determined that the systematic development of the organic sector of the Ukrainian agriculture could significantly increase the prospects of domestic organic on the domestic and international markets, to help to take leading positions in the international organic market and to improve the balance of the Ukrainian economy in the long run.

Target setting. It is emphasized that the undeniable advantages of organic are increasingly stimulating society to choose organic products, and state bodies - to allocate resources to support organic farming; organic producers do their best to take perspective niches in the markets.

Actual scientific researches and issues analysis. The market for organic products was the subject of research by many Ukrainian and foreign scientists: V. I. Artysh [1], O. B. Vinyukova, G. A. Chugry [2], A. V. Kazandzhi [4], O. V. Kolomicheva, L. S. Vasilchenko, S. M. Pepchuk [5], N. Y. Kutarenko [6], V. V. Pisarenko [9], T. B. Kharchenko [12], O. Shegeda [13] L. Hamzaoui-Essoussi, M. Zahaf [14], O. Maslak [15], H. Willer, J. Lermot [17] and others.

Uninvestigated parts of general matters defining. Given the scientific contribution of the above researchers and the dynamic development of market relations, there is a need for constant updating and deeper study of these topics.

The research objective. The purpose of the article is to provide scientific substantiation of the development of domestic and world organic markets with the aim to strengthen the agrarian sector and the national economy of Ukraine as a whole.

The statement of basic materials. Positive dynamics of organic market development in Ukraine and in the world have been demonstrated. The challenges of regulatory, institutional, economic and informational nature facing Ukraine on the way of forming effective organic production and market are summarized. Appropriate measures to stimulate organic market development in Ukraine were recommended.

Conclusions. Ukraine has quite good prospects to strengthen its position in the international organic market by implementing the best management practices at all levels with a focus on technology, innovation and balance development.

Keywords: organic agricultural products; international trade; organic market; national economy; organic sector; supply and demand.

Актуальність теми дослідження. Системна розбудова органічного сектору аграрної галузі України може значно підвищити перспективи вітчизняної органічної продукції як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, допомогти зайняти провідні позиції на міжнародному ринку органічної продукції та покращити збалансованість української економіки у довгостроковій

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

перспективі. Необхідність дослідження ринку органічної продукції та ринкових можливостей нашої держави й визначили актуальність даної статті.

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин завжди був невід'ємною частиною розбудови економік усіх передових країн світу, а прогресивність та інноваційність були основою для здобуття ними провідних позицій на міжнародних ринках. Україна визнана міжнародним співтовариством країною з ринковою економікою у 2004 р. Цьому передували багаторічні зусилля та наполеглива праця всіх суб'єктів вітчизняної національної економіки, починаючи з часу здобуття нашою державою незалежності. З того часу ми отримали значні можливості та доступ до провідного світового досвіду формування міцної ринкової економіки з використанням новітніх технологій, перспективних методик господарювання та засобів розвитку ринкових відносин. Оскільки Україна позиціонує себе як аграрна держава, все вищеперелічене, перш за все, стосується сільськогосподарської галузі національної економіки.

Ринок органічної продукції є одним з найважливіших напрямів розбудови сільського господарства нашої країни. З огляду на значні запаси у країні родючих ґрунтів, зручне географічне розташування, відкритий доступ до європейського та світового ринку та перевищення попиту над пропозицією на міжнародному ринку органічної продукції, в Україні нині є унікальні можливості прискорення розвитку аграрної галузі та національної економіки в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринок органічної продукції був об'єктом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Дану проблематику, зокрема, вивчали В. І. Артиш [1], О. Б. Вінюкова, Г. А. Чугрій [2], А. В. Казанджі [4], О. В. Коломичева, Л. С. Васильченко, С. М. Пепчук [5], Н. Я. Кутаренко [6], В. В. Писаренко [9], Т. Б. Харченко [12], О. Шегеда [13] Л. Хамзауї-Ессуссі, М. Захаф [14], О. Маслак [15], Х. Віллер, Дж. Лерно [17] та інші.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Науковий доробок вищезгаданих дослідників переконливо свідчить про важливість та значущість подібних наукових пошуків для підвищення ефективності ринку органічної продукції. Незважаючи на це, з огляду на постійну динамічність та розвиток ринкових відносин, виникає необхідність постійної актуалізації та більш глибокого дослідження вищезазначеної тематики.

Постановка завдання. Метою статті є наукове обґрунтування розвитку вітчизняного та світового ринків органічної продукції з метою зміцнення аграрної галузі та національної економіки нашої держави у цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Об'єм світового ринку органічної продукції у 2017 році перевищив 97 млрд дол. США; позитивна тенденція продовжується і донині [17]. Виробники, особливо сільськогосподарські, в усьому світі все більше звертають увагу на привабливість кон'юнктури ринку органічної продукції та досить активно переходять на органічні практики. Беззаперечні переваги органіку все більше стимулюють суспільство обирати органічну продукцію, а владні структури – виділяти ресурси на підтримку органічних методів господарювання та розвиток органічного ринку у своїх країнах, у зв'язку з чим органічні виробники прикладають значні зусилля, щоб якнайшвидше зайняти перспективні ніші на внутрішньому за зовнішніх ринках.

Розглянемо динаміку розвитку світового ринку органічних продуктів з 2000 по 2017 рр. (Рис. 1).

Зважаючи на яскравий висхідний тренд продажів органіку на вищенаведеному рисунку, варто відмітити, що лінія приросту продажів щорічно демонструє значні коливання відсоткового значення, інколи навіть удвічі (2014 р. у порівнянні з 2015 р.), тому органічний ринок також розбалансований впливом різного роду факторів та чинників і рівень його росту спрогнозувати досить складно.

У 2017 р. країнами з найбільшим ринком споживання органічних продуктів були: США – 40,0 млрд євро, за ними йдуть Німеччина – 10,0 млрд євро, Франція – 7,9 млрд євро і Китай – 7,6 млрд євро. Найбільшим ємним ринком є Сполучені Штати Америки, за якими йдуть Європейський Союз – 34,3 млрд євро та Китай. У розрізі континентів лідером є Північна Америка (43 млрд євро), наступними є Європа (37,3 млрд євро) та Азія (9,6 млрд євро). Десяток лідерів за обсягом внутрішнього ринку органічної продукції у 2017 р. виглядала наступним чином (Рис. 2):

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

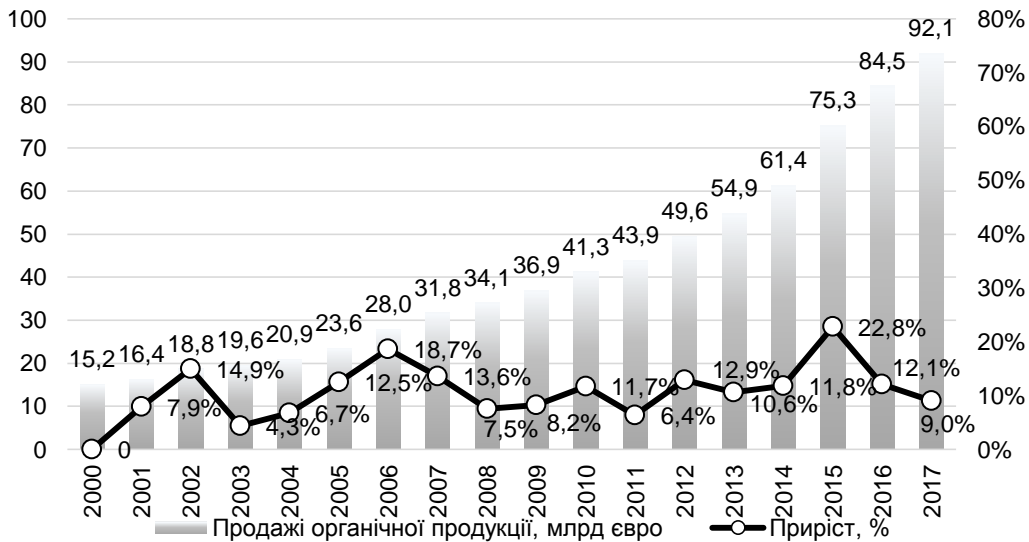


Рис. 1. Динаміка світових продажів органічної продукції
Джерело: [16]

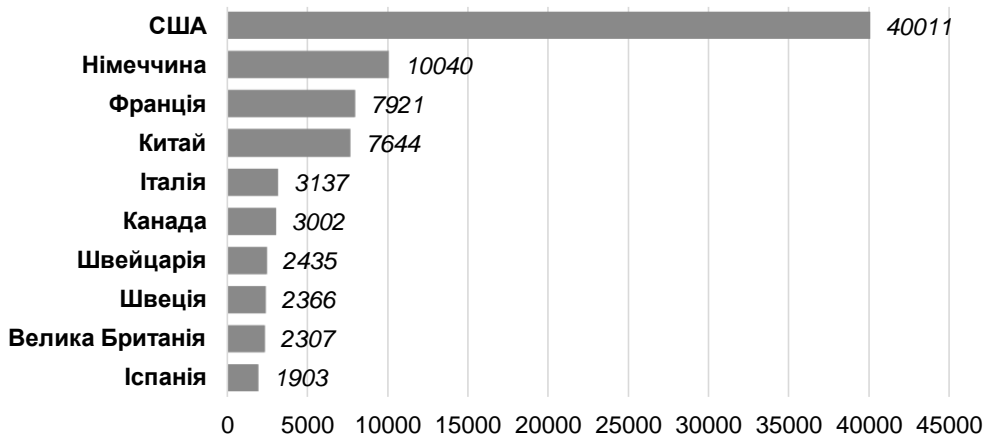


Рис. 2. Топ-10 країн з найбільшими ринками органічної продукції у світі, млн євро
Джерело: [17]

Загалом зростання ринку було відзначено практично в усіх країнах світу (крім Великої Британії, де продажі знизались на 6%), які офіційно збирали статистичні дані у 2017 р., і для багатьох держав відсоток зростання був двозначним. Китай був країною, де зареєстровано найбільше зростання – ринок збільшився на 30%. Шведський ринок виріс на 22%, а у Франції ринкові обсяги продажу збільшилися на 18%.

Активне зростання світових продажів органічної продукції пов'язане, у першу чергу, із щорічним збільшенням попиту на органік. Найбільше споживання на душу населення у 2017 році в розрізі континентів спостерігалось у Північній Америці (119 євро), у розрізі країн натомість даний показник найвищий у європейських країнах. У 2017 р. Швейцарія мала найбільше споживання органіку на душу населення (288 євро) в усьому світі, далі йдуть Данія (278 євро) та Швеція (237 євро) (Рис. 3).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

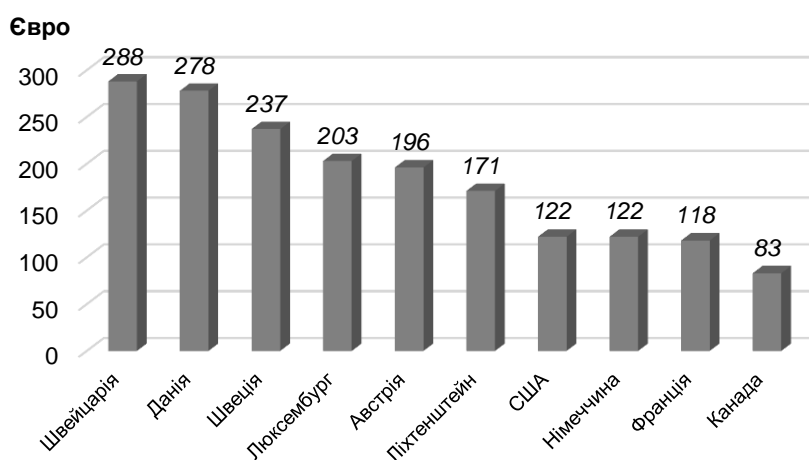


Рис. 3. Найбільші обсяги споживання органічної продукції на душу населення в розрізі країн у 2017 р.
Джерело: [17]

Європейські країни, такі як Швейцарія, Данія та Швеція вже протягом низки років зберігають лідерство за показником споживання органіки на душу населення. Якщо ж поглянути на долю органічного ринку у загальному по країнах, то лідером є невеликі європейські країни Данія (13,3%), Швеція (9,14%), Швейцарія (9%), Австрія (8,6%) та мініатюрний Люксембург (7,3%) [17, с. 72-73].

Органічне сільське господарство у світі, його фермери та їх досягнення є яскравою історією економічного успіху. Важливо, що органічне виробництво дає реальну, перевірену часом відповідь на катастрофічне зниження частки дикої природи внаслідок інтенсивних виробничих практик. Світовий органічний рух за підтримки провідних країн світу має подолати виклики та зробити сертифіковане органічне сільське господарство системою агроекології майбутнього. Незважаючи на безперервну позитивну динаміку зростання міжнародних продажів органічної продукції протягом декількох десятиліть, що майже наблизилися до знакового рівня 100 млрд дол. США, варто відзначити найбільш вагомий ринковий виклик, що стоять перед органічною індустрією нині [17, с. 148]:

- **Збільшення числа стандартів.** Кількість органічних стандартів продовжує зростати. Існує понад 80 національних стандартів і більша кількість приватних/добровільних стандартів стосуються органічного сільського господарства. І хоча існують єдині органічні стандарти для великих торговельних блоків (Європейський Союз і США), оператори за межами цих регіонів повинні здійснювати багаторазову сертифікацію. Нові приватні стандарти, такі як Regenerative Organic (запроваджений у березні 2018 р.), продовжують з'являтися, додаючи складності в системи сертифікації.

- **Концентрація попиту.** Органічне сільське господарство офіційно розвивається у 181 країні, однак два регіони споживають 90% органічних продуктів. Органічний продовольчий ринок має стати дійсно міжнародним, а органічні продукти не повинні сприйматися як "продукти розкоші" для західного світу. Необхідно забезпечити розвиток внутрішніх ринків в Латинській Америці, Азії, Африці, Центральній Європі, включаючи, звісно, Україну.

- **Нестача пропозиції.** Виробництво органічних харчових продуктів, як свідчить статистика і ринок, відстає від попиту. Продажі органічних продуктів харчування зросли майже вчетверо протягом 2003-2017 рр., проте площі органічних земель зросло значно менше. Якщо ця тенденція продовжуватиметься, то занепокоєння щодо недоліків у постачанні органічних продуктів лише збільшуватимуться.

- **Торговельні угоди.** Світова органічна індустрія також постраждала від торгових війн і геополітики. Наприклад, США і Китай були заблоковані в торговельній війні з 2017 р. Це вплинуло на експорт сільськогосподарських (конвенційних і органічних) культур із США, включаючи соєві боби, комбікорми, овочі, горіхи та молочні продукти. Подібним чином, британський сектор харчових продуктів, ймовірно, найближчим часом буде зачеплений Brexit, оскільки більшість

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

органічної сировини походить з інших європейських країн. Європейські країни також є основними імпортерами органічних продуктів з Великої Британії. Агресивна зовнішня політика Росії та діючі санкції/антисанкції також негативно впливають на розвиток зовнішньої торгівлі не лише конвенційними, але й органічними продуктами у всьому регіоні, торкаючись безпосередньо й України.

- *Конкуруючі маркування.* Органік є домінуючою еко-маркою, проте харчова промисловість нині має понад 200 видів маркувань, які представляють різні етичні/стійкі характеристики продукції. Споживачі нині мають багато варіантів, якщо вони захочуть придбати продукти з акцентом на здоров'ї та/або сталому розвитку. З точки зору етичного маркування, існує конкуренція з боку Fairtrade, Non-GMO, Rainforest Alliance тощо. Також існує конкуренція з боку продуктів для діабетиків, веганських продуктів, безглютенних, без молочних, низьколактозних тощо [17, с. 148-149].

Отже, незважаючи на стрімкі темпи розвитку світового органічного ринку, міжнародна спільнота постійно стикається з викликами різного характеру. Досвід подолання цих труднощів є надзвичайно корисною інформацією для розбудови вітчизняного органічного сектору на шляху до підвищення рівня інтеграції у міжнародну систему торгівлі, а також побудови вітчизняної ринкової системи органічних продуктів.

Вітчизняний ринок сертифікованої органічної продукції протягом останніх 15 років демонструє досить динамічні темпи зростання, що в середньому дорівнюють 56% (Табл. 1). Це значно перевищує світові тенденції росту за той самий період часу, що становили в середньому 12,1%.

Таблиця 1

Динаміка розвитку внутрішнього ринку органічних продуктів в Україні

Рік	Млн євро	% до попереднього року
2004	0,1	-
2005	0,2	+100%
2006	0,4	+100%
2007	0,5	+25%
2008	0,6	+20%
2009	1,2	+100%
2010	2,4	+100%
2011	5,1	+112%
2012	7,9	+55%
2013	12,2	+54%
2014	14,5	+19%
2015	17,5	+21%
2016	21,2	+21%
2017	29,4	+39%
2018	33,0	+12%

Джерело: побудовано на основі [8]

Незважаючи на сповільнення темпів зростання вітчизняного ринку органічної продукції протягом аналізованого періоду, Україна все одно демонструє значний рівень приросту на рівні 20%, що свідчить про високі перспективи для виробників та переробників органіку. З кожним роком асортимент органічної продукції на полицях українських торговельних мереж розширюється, також з'являється все більше окремих секцій та відділів присвячених лише органіку, зростає число інтернет-магазинів та невеликих бутіків, які торгують органічними продуктами. Все популярнішим стає Всеукраїнський Ярмарок органічних продуктів, який щосені організовується Федерацією органічного руху України. Все зазначене свідчить про вагомe розширення вітчизняного органічного ринку та доцільність його розвитку, з огляду на чисельні переваги органіку для суспільства та економіки нашої країни.

Українські виробники та інші оператори переважно доволі добре розуміють важливість та перспективність вищенаведених тенденцій внутрішнього та зовнішнього ринків і все більше долучаються до органічних практик з метою використати свій потенціал найбільш ефективно та стратегічно. У зв'язку з цим, щороку в Україні поступово зростає число агровиробників, які

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

переходять на органічні методи господарювання та розширюють в різних регіонах держави площі сертифікованих органічних сільгоспугідь (Рис. 4).

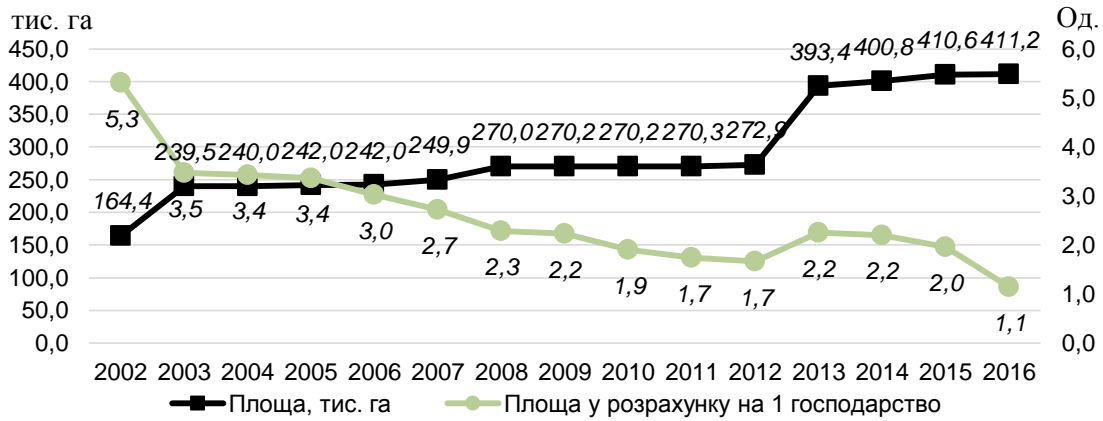


Рис. 4. Динаміка зростання органічних сільськогосподарських угідь та площ у розрахунку на 1 органічне господарство в Україні
Джерело: побудовано на основі [8]

Наведений рисунок дає можливість зробити висновок, що поруч із щорічним зростанням органічних площ, відбувається екстенсифікація зростання даного показника. Це обумовлено швидшим зростанням числа виробників, порівняно з органічними площами, а також, тим що органічний сектор поповнюється дрібними виробниками, часто об'єднаними у формальні чи неформальні кооперативи.

Загалом в Україні виробляється більше 400 найменувань органічної продукції. Але в цілому лише близько 10% виробленого в Україні органіку залишається на внутрішньому ринку, все інше йде на експорт [8]. Сертифіковані органічні продукти в Україні переважно можна придбати у супермаркетах та спеціалізованих магазинах у великих містах. Вітчизняний споживач нині має можливість придбати у торговельних мережах такі категорії українських органічних продуктів: молочні та м'ясні продукти, морозиво, бакалійні продукти та хлібобулочні вироби, борошно, крупи, макаронні вироби, рослинні олії, напої (фруктові/овочеві/ягідні соки, березові соки, трав'яні чаї), консервовані продукти (наприклад, ягідні пасти, сиропи, джеми, соуси, оцет), деякі овочі та фрукти, мед тощо.

Поряд із зростанням обсягів ринку, рівень споживання органічної продукції на душу населення залишається досить низьким – менше 1 євро, у порівнянні з світовим показником у 10,8 євро та 67 євро в ЄС. За обсягом внутрішнього ринку органічних продуктів Україна у 2017 р. займала 28-е місце в Європі: з гектара органічних угідь на внутрішній ринок потрапляє продукції на 79 євро, тоді як у Європі – на 2345 євро [16].

Для ефективного функціонування ринку органічної продукції важливим є визначення ефективних каналів її реалізації. Наразі для традиційної, конвенційної сільськогосподарської продукції вони є досить різноманітними. Науковець В. В. Писаренко виділяє наступні [9]:

1. Реалізація "з поля" – основний канал збуту свіжої сільськогосподарської продукції для крупнотоварних і фермерських господарств. Перевагою у цьому випадку є зменшення витрат на транспортування.
2. Оптові ринки – ефективний канал збуту враховуючи вигідне розташування поблизу великих міст. Привабливою для споживача є ціна реалізації, що складає до 60% від роздрібною ціни. На цих ринках реалізують продукцію господарства всіх категорій і найбільше – приватні.
3. Переробні підприємства, зокрема консервні заводи, а також цехи.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

4. Експортна діяльність – перспективний канал збуту для великих господарств та об'єднань фермерів, працюючих за попередніми угодами.

5. Великі гуртові компанії. Вони працюють у містах, для яких характерні великі обсяги збуту продукції, реалізують продукцію як безпосередньо зі складу, так і транспортуючи її до закладів громадського харчування.

6. Супермаркети – канал збуту, що має порівняно високі темпи розвитку, які досягають навіть 100% щорічно. При цьому обсяги продажів через супермаркети зростають переважно завдяки збільшенню останніх, а також за рахунок розширення торговельних площ, перегляду асортименту та цінової політики.

7. Овочеві магазини – спостерігається збільшення обсягів продажу через такі магазини, що свідчить про перспективність подібного каналу.

8. Рекреаційні заклади – санаторії, профілакторії, різноманітні лікувально-профілактичні заклади, які зацікавлені у високоякісній продукції. Особливістю даного каналу реалізації є високі вимоги до екологічної безпечності, асортименту й свіжості продукції.

9. Контракти на виробництво та доставку конкретної сільськогосподарської продукції безпосередньо до споживача. Це потребує додаткових витрат на укладання контракту й транспортування товару. Тому важливим для виробника є питання розширення асортименту продукції та формування довгострокових взаємовідносин зі споживачем [9].

Нині для органічного сектору вищенаведені канали є дещо обмеженими. Левова частка реалізації відбувається на експорт (90%). Іншими популярними каналами є супермаркети та спеціалізовані магазини, а ті, що залишились, значно менше використовуються при реалізації органічної продукції. Це пов'язано із експортною орієнтованістю крупних органічних виробників в Україні та все ще низьким рівнем розвитку органічної переробки. Крім того, поінформованість вітчизняного споживача щодо особливостей виробництва та інших переваг органіку та його купівельна спроможність все ще знаходяться на досить низькому рівні.

Варто відзначити, що на нинішньому етапі розвиток вітчизняного ринку органічної продукції відбувається все ще досить повільно, що спричинено низкою основних факторів:

1. Відсутність масового попиту. Органік поки ще об'єктивно орієнтований на невеликий сегмент споживачів, що пояснюється вищими цінами у порівнянні з конвенційною продукцією, які доступні здебільшого для заможних жителів великих міст. Але й серед даної категорії населення спостерігається невисокий рівень попиту у зв'язку із низьким рівнем поінформованості про переваги органіку. Сільське населення переважно забезпечує себе основним харчовими продуктами з власних домогосподарств і на даний час є відносно задоволеним їх якістю та екологічністю.

2. Незавершеність впровадження законодавчо закріплених заходів та допоміжних регулюючих документів, необхідних для ефективного функціонування органічного сектору (реєстр органів сертифікації, реєстр органічного насіння та садивного матеріалу, реєстр операторів тощо). Цей фактор, на нашу думку, стримує розвиток органічного ринку (перш за все, внутрішнього) та потребує якнайшвидшого вирішення, адже відсутність належного нормативно-правового та інституційного забезпечення органічного виробництва нерідко призводить до зловживань, фальсифікацій та недобросовісної конкуренції на ринку.

3. Відсутність національної системи сертифікації та державних стандартів, правил органічного виробництва. Вітчизняні виробники нині проходять процедуру органічної сертифікації переважно під контролем приватних організацій, діяльність яких фактично не регулюється державою. Крім того, органічне виробництво в Україні в повній мірі не узгоджене з державною системою стандартизації. Це все часто є причиною непорозумінь та зловживань у маркетингу, реалізації вітчизняної органічної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

4. Низький рівень державної та регіональної підтримки органічних виробників. Значне фінансове навантаження у перехідний період та вищі змінні витрати при органічному агровиробництві часто стримують вітчизняних аграріїв перейти на органічні практики. Це є чи не найбільшим фактором стримування розвитку органічного ринку в нашій країні. При цьому провідні світові країни мають багаторічний позитивний досвід та стали практикою державної

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

підтримки органічного сектору і гарантують це на законодавчому рівні, що дало їм змогу вийти в лідери у міжнародній торгівлі органіком та споживання органічних продуктів.

5. *Слабкий розвиток внутрішньої інфраструктури ринку.* Органічний ринок України гостро потребує розвитку інфраструктурного забезпечення через діяльність банків, фінансово-кредитних посередників, страхових агенцій, складів, елеваторів, наливних терміналів, спеціалізованих торговельних та інших організацій, кожна з яких діятиме в органічній сфері. Це відкриє перед органічними виробниками значно ширші ринкові можливості всередині країни та сприятиме розвитку міжнародної торгівлі органічною продукцією як з традиційними, так і новими ринками, що розвиваються.

Отже, перед Україною, на шляху формування дієвого органічного ринку, що здатен прискорити збалансований розвиток аграрного сектору нашої країни, стоїть ряд викликів та перешкод нормативно-правового, інституційного, економічного та інформаційного характеру. У відповідь на ці виклики, необхідно здійснити комплекс стратегічних заходів для стимулювання зростання вітчизняного ринку органічної продукції:

1. *Пріоритетність органіку.* Необхідність пріоритетності розвитку органічного сектору аграрної галузі обумовлена європейським та світовим досвідом, який свідчить, що конкретизація напрямів фінансування органічного сектору працює набагато ефективніше, ніж загальні програми фінансування розвитку аграрної галузі чи національної економіки. Нашій країні нагально необхідні програми розвитку, які починаються з пріоритетності органічного зростання в аграрній сфері, а не лише зростання у цілому. Фокус навколо органічного зростання створює необхідні наміри для успішних стратегій ринкового росту. Програма органічного зростання також вимагає чіткого розуміння того, як кожна стратегія може змінити траєкторію зростання вітчизняного бізнесу.

В Україні зроблені перші кроки на шляху формування стратегій та програм розвитку органічного сектору, в т.ч. органічного ринку та ринкових відносин. Так Міністерством аграрної політики та продовольства України у 2016 р. було представлено офіційну Стратегію розвитку аграрного сектору "3+5" [11], яка визначила 3 основні пріоритети і 5 напрямів розвитку аграрної галузі економіки. В рамках даної стратегії, розвиток органічного виробництва є основним пріоритетом для вітчизняної аграрної сфери, поряд із безпекою харчової продукції та розвитком ринків збуту, які фактично є взаємопов'язаними та взаємодоповнюючими. Зрушення на рівні державної підтримки органічного сільського господарства у т.ч. стимулювали активізацію регіональних виконавчих органів влади, які підвищили рівень підтримки органічних агровиробників у своїх областях. Проведені заходи підтримки органічних господарств із різних регіонів України за період 2014-2017 рр. склали небагато - дещо більше 1 млн грн., але головне, що початок вже є [7, с. 28]. Вже це дало змогу органічним виробникам хоча б трохи зміцнити свій виробничий потенціал та підвищити ринкові перспективи для своєї продукції.

17 грудня 2018 р. уряд схвалив Стратегію розвитку експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості України до 2026 року. Основною метою Стратегії є забезпечення активної присутності України на світовому ринку продовольства, зважаючи на зростаючий зовнішній попит та наявність нереалізованого експортного потенціалу галузі за умови неодмінного дотримання вимог щодо забезпечення продовольчої безпеки країни [10]. Основними цілями при цьому є:

- підвищення конкурентоспроможності продукції та розширення товарної номенклатури експорту;
- диверсифікація ринків збуту, підтримка й розвиток існуючих ринків;
- просування українського бренду та інформаційно-аналітичне забезпечення експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості [10].

Потенціал та тенденції розвитку вітчизняного органіку повністю відповідають визначеним меті та цілям розвитку експорту української сільськогосподарської та продовольчої продукції, визначеними у даній Стратегії. Зокрема, конкурентоспроможність вітчизняної органічної продукції на висококонкурентних європейських та північноамериканських ринках нині навіть вища ніж у вітчизняної конвенційної сільськогосподарської продукції. Диверсифікація ринків збуту передбачає

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

освоєння нових ринків та ніш в розрізі регіонів, країн та видів агропродовольчої продукції. Органічний статус продукції в даному контексті є важливим ключем для входження на нові ринки провідних країн Європи, Північної Америки, Перської затоки, Південно-Східної Азії, про що свідчать останні тенденції та досягнення українського органіку у міжнародній системі торгівлі. Щодо просування українського бренду, то найбільш привабливі світові ринки досить добре регульовані національним та регіональним законодавствами з метою захисту національного виробника, але попит на органічну продукцію нині значно переважає пропозицію, тому просувати органічний бренд у сьогоднішніх реаліях міжнародної агроторгівлі значно простіше та швидше. У зв'язку з цим, українським експортерам органічної продукції абсолютно реально швидко увійти на вигідні міжнародні ринки, навіть з вітчизняними брендами.

Федерація органічного руху України останніми роками активно працює над розробкою основ Державної стратегії розвитку органічного сектору, яка має бути спрямована на прийнятті органічного сільського господарства як одного з пріоритетних напрямків реалізації всієї національної аграрної політики. Реалізація стратегії покликана забезпечити не лише високу конкурентоспроможність органічної сільськогосподарської й харчової продукції на внутрішньому та світовому ринках збуту, але й збереження та відновлення здоров'я українських ґрунтів; зміцнення продовольчої безпеки та потенціалу забезпечення населення безпечними, якісними харчовими продуктами; покращення стану навколишнього середовища та збереження біорізноманіття; підвищення рівня екологізації всієї вітчизняної аграрної галузі та сільських територій.

2. *Чіткі цілі та аналітичне забезпечення.* Провідні наукові дослідження свідчать про важливу роль аналітики та статистики у стимулюванні зростання органічного виробництва та ринку. Адже поставлені цілі та завдання програм розвитку неможливо оцінити без достовірної статистичної інформації, яка згодом обробляється за допомогою аналітичних інструментів та методів, для визначення ефективності їх виконання. В епоху цифрових технологій дані питання набувають особливої актуальності та важливості. Те, що неможливо виміряти, складно, а то й неможливо і покращити, тому органічний сектор потребує якісної статистики на рівні держави та регіонів з метою визначення напрямків та методів його вдосконалення та розбудови.

Статистико-аналітичне забезпечення в нашій країні характеризується невисоким рівнем актуальності та деталізації інформації. Зважаючи на значний прогрес у розширенні кількості видань та напрямів статистичного аналізу національної економіки Державною службою статистики України, нині офіційні статистичні матеріали щодо розвитку органічного сектору практично відсутні. Тобто, впродовж тривалого часу збір статистичних та відповідна аналітика велась фактично виключно силами Федерації органічного руху України, а офіційна статистика по органіку фактично не збиралася, що не сприяло в достатній мірі розвитку цього надзвичайно важливого напрямку аграрного розвитку. Дана ситуація потребує негайного покращення, оскільки лише ефективне статистико-аналітичне забезпечення може дати чіткі показники для збільшення інвестицій в органічне сільське господарство та допомогти агровиробникам швидше рухатися, щоб досягти цільових показників розвитку.

3. *Фокус на органічній продукції з доданою вартістю.* Міжнародний досвід свідчить, що динамічний розвиток будь-якого національного ринку без обігу продукції з доданою вартістю неможливий. Органічні системи агровиробництва мають бути багатофункціональними та комплексними для забезпечення високого рівня економічної ефективності господарюючих суб'єктів органічного сектору країни. Орієнтація на сировинний напрям органічного сільського господарства обмежує економічні можливості агровиробників та підвищує ризики впливу на них кризових явищ і потрясінь на сировинних ринках.

В Україні близько 90% органічної товарної продукції експортується на міжнародні ринки, і лівова частка цього обсягу поки є сировиною. Розвиток виробництва та експорту органічної продукції з доданою вартістю (не обмежуючись лише рослинними оліями та концентратами соків) відкриє значно більші фінансові можливості для вітчизняних господарюючих суб'єктів органічного сектору та сприятиме розбудові ринкових відносин.

Варто зауважити, що ринкові перспективи органічного виробництва обумовлюються не лише експортними можливостями на світовий ринок (зокрема, європейський), де попит вже багато

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

років перевищує пропозицію. Аграрний потенціал нашої країни, вигідне географічне розташування та інституціонально-правовий базис, який постійно розвивається, роблять інвестиції в органічний сектор України надзвичайно привабливими. Так, комерційна служба Посольства США в Україні визначає середню окупність інвестицій в українське органічне сільське господарство на рівні 300% [3, с. 5]. Це є ще одним підтвердженням того, що воно нині є одним з найпривабливіших інвестиційних напрямів в економіку України.

Висновки. Таким чином, Україна має потужний економічний, природно-ресурсний та технологічний базис для розвитку органічного сектору та ринку. Запропоновані пріоритети та напрями розвитку ринку органічної продукції дадуть можливість збалансувати аграрну галузь нашої держави та підвищити економічну ефективність органічного агровиробництва в сучасних реаліях господарювання. Наша держава має унікальні можливості зайняти, а в багатьох випадках, - зміцнити серйозні позиції на міжнародному ринку органічної продукції за умови впровадження найкращих практик управління на національному, регіональному та локальному рівнях з орієнтацією на розвиток технологій, інновацій та збалансованості.

Література

1. Артиш, В. І. Виробництво та реалізація органічної продукції в світі / В. І. Артиш // Економіка АПК. – 2017. – № 3. – С. 82–86.
2. Вінюкова, О. Б. Ринок органічної продукції в Україні: проблеми та перспективи розвитку / О. Б. Вінюкова, Г. А. Чугрій // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Вип. 26-1. – С. 42–47.
3. Звіт щодо бізнес-перспектив України з питань виробництва, зберігання, переробки та пакування овочів та фруктів [Електронний ресурс] // Комерційна служба Посольства США в Україні. – Режим доступу: https://build.export.gov/build/groups/public/@eg_ua/document/s/webcontent/eg_ua_113507.pdf.
4. Казанджі, А. В. Стратегічні вектори розвитку ринку органічної продукції України / А. В. Казанджі // Інтелект XXI. – 2018. – № 1. – С. 72–76.
5. Коломицева, О. В. Формування та розвиток ринку органічної продукції в Україні / О. В. Коломицева, Л. С. Васильченко, С. М. Пепчук // Науковий вісник Полісся. – 2018. – № 2 (14). – Ч. 1. – С. 28–33.
6. Кутаренко, Н. Я. Канали збуту органічної продукції / Н. Я. Кутаренко // Товари і ринки. – 2014. – №1. – С. 26–36.
7. Милованов, Є. В. Найкращі світові практики державної підтримки органічного сільськогосподарського виробництва та перспективи для України / Є. В. Милованов // Механізм регулювання економіки. – 2018. – № 2 (80). – С. 14–33.
8. Органік в Україні [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт Федерації органічного руху України. – Режим доступу: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>.
9. Писаренко, В. В. Реалізація органічної сільськогосподарської продукції через мережу інтернет [Електронний ресурс] / В. В. Писаренко // Ефективна економіка. – 2015. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3859>.
10. Про схвалення Стратегії розвитку експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості України до 2026 року [Електронний ресурс] / Проект Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 грудня 2018 р. – Режим доступу: https://minagro.gov.ua/ua/npa/pro-shvalennya-strategiyi-rozvitku-eksportu-produktsiyi-sil'skogo-gospodarstva-harchovoyi-ta-pererobnoyi-promislovosti-ukrayini-do-2026-roku?v=5d25ecfdf0e0d&fbclid=IwAR2449uEyUcs4x91-Wmrdz3ZYjGZr3zM55XnGng_eXK2Il87xnrooFWQIBU.

References

1. Artysh, V. I. (2017). Vyrobyntstvo ta realizatsiya organichnoyi produktsiyi v sviti [Production and sales of organic products in the world] / V.I. Artiś // *Economy of the agroindustrial complex - Ekonomika APK*, 3, 82-86 [in Ukrainian].
2. Vinyukova, O. B., Chugry, G. A. (2018). Rynok organichnoyi produktsiyi v Ukraini: problemy ta perspektyvy rozvytku [Organic products market in Ukraine: problems and prospects of development] *Black Sea Economic Studies - Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, 26-1, 42-47 [in Ukrainian].
3. Zvit shchodo biznes-perspektyv Ukrainy z pytan' vyrobnytstva, zberihannya, pererobky ta pakuvannya ovochiv ta fruktiv [The report on Ukraine's business prospects on the production, storage, processing and packaging of vegetables and fruits]. Commercial Service of the US Embassy in Ukraine. Retrieved from https://build.export.gov/build/groups/public/@eg_ua/documents/webcontent/eg_ua_113507.pdf [in Ukrainian].
4. Kazandzhi, A. V. (2018). Strategichni vektory rozvytku rynku organichnoyi produktsiyi Ukrainy [Strategic vectors of the market of organic products in Ukraine]. *Intelligence XXI - Intelekt XXI*, 1, 72-76 [in Ukrainian].
5. Kolomitseva, O. V., Vasilchenko, L. S., Pepchuk, S. M. (2018). Formuvannya ta rozvytok rynku organichnoyi produktsiyi v Ukraini [Formation and development of organic products market in Ukraine]. *Scientific Bulletin Polesie - Naukovyy visnyk Polissya*, 2 (14), 28-33 [in Ukrainian].
6. Kutarenko, N. Y. (2014). Kanaly zbutu organichnoyi produktsiyi. [Sales channels for organic products]. *Goods and markets - Tovary i rynky*, 1, 26-36 [in Ukrainian].
7. Milovanov, E. V. (2018). Naykrashchi svitovi praktyky derzhavnoyi pidtrymky organichnoho silskohospodarskogo vyrobnytstva ta perspektyvy dlya Ukrainy [Best Global Practices of the State Support for Organic Agricultural Production and Perspectives for Ukraine]. *Mechanism of regulation of the economy - Mekhanizm reguluyvannya ekonomiky*, 2 (80), 14-33 [in Ukrainian].
8. Organic v Ukraini [Organic in Ukraine] Official website of the Organic Federation of Ukraine. Retrieved from <http://www.organic.com.ua/en/homepage/2010-01-26-13-42-29> [in Ukrainian].
9. Pisarenko, V. V. (2015). Realizatsiya organichnoyi silskohospodarskoyi produktsiyi cherez merezhu internet [Realization of organic agricultural products through the Internet] *Effective economy - Efektyvna ekonomika*, 3,

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

11. Стратегія розвитку аграрного сектора "3+5" [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/system/files/3%205%20final.pdf>

12. Харченко, Т. Б. Перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні / Т. Б. Харченко // Економіка АПК. – 2013. – № 9. – С. 37–41.

13. Шегеда, О. Тенденції розвитку органічного агропромисловництва та регіональний розподіл його суб'єктів в Україні / О. Шегеда // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-journal. – 2018. – Вип. 4. – № 3. – С. 148–161.

14. Hamzaoui-Essoussi, L. The Organic Food Market: Opportunities and Challenges / L. Hamzaoui-Essoussi, M. Zahaf [Electronic recourse] // Organic Food and Agriculture – New Trends and Developments in the Social Sciences. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/221921917_The_Organic_Food_Market_Opportunities_and_Challenges

15. Maslak, O. The status and prospects of the organic agricultural products market in Ukraine / O. Maslak // Baltic Journal of Economic Studie, 2017, vol. 3, no. 2, pp. 81-85.

16. Organic markets and trade [Electronic recourse] // FiBL Statistics. Retrieved from: <https://statistics.fibl.org/world/markets-trade-world.html>

17. Willer, H., Lernoud, J. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging trends / H. Willer, J. Lernoud // FiBL&IFOAM – Organic International. Germany: Medienhaus Plump, 2019. – 352 p.

Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3859> [in Ukrainian].

10. Pro skhvalennya Stratehii rozvytku eksportu produktsiyi silskoho gospodarstva, kharchovoyi ta pererobnoyi promyslovosti Ukrayiny do 2026 roku [Approval of the Strategy for the Development of Export of Agricultural Products, Food and Processing Industry of Ukraine until 2026] / Draft Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated December 17, 2018 Retrieved from https://minagro.gov.ua/ua/npa/pro-shvalennya-strategiyi-rozvitku-eksport-produktsiyi-silskogo-gospodarstva-harchovoyi-ta-pererobnoyi-promislovosti-ukrayini-do-2026-roku?v=5d25ecfdf0e0d&fbclid=IwAR2449uEyUcs4x91-WmrdU3ZYjGZr3zM55XnGng_eXK2lI87xnrooFWQiBU [in Ukrainian].

11. Stratehiya rozvytku agrarnogo sektora "3+5" [Strategy for Agrarian Sector Development "3 + 5"]. Official site of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine. Retrieved from <http://minagro.gov.ua/system/files/3%205%20final.pdf> [in Ukrainian].

12. Kharchenko, T. B. (2013). Perspektyvy rozvytku rynku organichnoyi produktsiyi v Ukrayini [Prospects for the development of organic products market in Ukraine]. *Economy of agroindustrial complex - Ekonomika APK*, 9, 37-41 [in Ukrainian].

13. Shheheda, O. (2018). Tendentsiyi rozvytku orhanichnoho ahrovyrobnystva ta rehional'nyy rozpodil yoho sub"yektiv v Ukrayini [Trends in organic farming development and regional distribution of its subjects in Ukraine]. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-journal*, 4 (3), 148-161.

14. Hamzaoui-Essoussi, L., Zahaf, M. (2012). The Organic Food Market: Opportunities and Challenges. *Organic Food and Agriculture - New Trends and Developments in the Social Sciences*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/221921917_The_Organic_Food_Market_Opportunities_and_Challenges [in English].

15. Maslak, O. (2017). The status and prospects of the organic agricultural products market in Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studie*, 3 (2), 81-85 [in English].

16. Organic markets and trade [Electronic recourse] // FiBL Statistics. Retrieved from: <https://statistics.fibl.org/world/markets-trade-world.html> [in English].

17. Willer, H., Lernoud, J. (2019). The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging trends. FiBL & IFOAM - Organic International. Germany: Medienhaus Plump [in English].

Надійшла 09.05.2019

Бібліографічний опис для цитування :

Милованов, Є. В. Розвиток ринку органічної сільськогосподарської продукції: світові тенденції та українські реалії / Є. В. Милованов // Науковий вісник Полісся. – 2019. - № 2 (18). – С. 65-75.

Милованов Євген Володимирович

кандидат економічних наук, Президент Федерації органічного руху України, Федерація органічного руху України; <https://orcid.org/0000-0002-2539-1197>; E-mail: ofu@organic.com.ua;

Milovanov Eugene Volodymyrovych

Candidate of Economic Sciences, President of Organic Federation of Ukraine, Organic Federation of Ukraine; <https://orcid.org/0000-0002-2539-1197>; E-mail: ofu@organic.com.ua.