

ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Яценко О. М., д.е.н., професор, Овчаренко А. С.
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Сучасний стан розвитку соціально-економічних і екологічних процесів обумовлений посиленням глобалізаційних процесів в економіці більшості країн із одночасно зростаючим рівнем конкуренції

на агропродовольчих ринках, з одного боку, та паралельним посиленням антропогенного навантаження на навколишнє середовище, – з іншого. Особливої уваги набувають проблеми забезпечення населення якісними, екологічно безпечними продуктами харчування, підвищення рівня продовольчої безпеки держави, збереження біорізноманіття й відтворення природної флори й фауни країни. Ключове значення у зазначеному контексті відводиться сільському господарству, особливо його пріоритетним і експортоорієнтованим галузям, здатним забезпечити світове лідерство України як аграрної «житниці».

Сучасні торговельні відносини розвиваються в умовах динамізації конкурентного середовища. Ці обставини стимулюють суб'єктів господарювання до отримання конкурентних переваг, зокрема за рахунок впровадження інноваційних рішень. Одним з варіантів інновацій, що набирає популярності в аграрному секторі, є застосування органічного методу господарювання. Попит на органічну агропродовольчу продукцію зростає як на глобальному, так і на національних ринках [1].

В Україні ринок органічної продукції знаходиться на початковій стадії розвитку, однак наявність родючих ґрунтів, розташування у сприятливих кліматичних зонах і вигідне гео економічне положення свідчить про потужний потенціал для подальшого його становлення. Держава має значний потенціал для виробництва органічної сільськогосподарської продукції, її експорту, споживання на внутрішньому ринку. Розвиток органічного землеробства в Україні є перспективним, адже держава має до 8 млн га екологічно чистих чорноземних земель, наявні значні трудові ресурси, низький рівень використання пестицидів і хімічних добрив. Тому розвиток органічного землеробства є перспективним. Перспективи розвитку органічного сектора в Україні пов'язані з експортною привабливістю завдяки сусідству з ринком ЄС, який є другим світовим ринком споживання органічних продуктів [2].

Щорічно в Україні виробляється на експорт близько 80 тис. т органічної кукурудзи, 5 тис. т органічної пшениці – полби (каша із пшениці) і 6 тис. т органічної гречки. У 2007-2009 роках на експорт щорічно вироблялося 75 тис. т органічного соняшникового насіння. В абсолютній більшості випадків воно експортується в непереробленому вигляді, оскільки за винятком української переробної компанії «Харьковнатурпродукт», в країні відсутні сертифіковані органічні олійниці. Крім того, органічні підприємства виробляють рапсове сім'я (30 тис. т), соєві боби (10 тис. т) і лляне насіння (2,5 тис. т), а також мак, гарбузове насіння, сафлор і гірчицю. Деякі підприємства на півдні України

спеціалізуються на вирощуванні органічних ароматичних рослин, насамперед лаванди, шавлії і коріандру.

Глобальний ринок органічної агропродовольчої продукції недостатньо сегментований і наразі відбувається процес його становлення. Новизною дослідження є обґрунтування концептуального підходу до пріоритетів формування ринку агропродовольчої органічної продукції, сутність якого полягає у врахуванні вегетаріанських споживчих вподобань, мотивів і потреб та природно-кліматичних й організаційно-економічних можливостей суб'єктів торгово-економічних відносин. Тобто, одним з пріоритетів його формування є вегетаріанський сектор ринку. Виділення сектора органічної 100% рослинної їжі є доцільним як з економічної, так і моральної точки зору, що пов'язано з кількома факторами: нині у світі близько 30-40% населення планети відмовились від м'яса та вживають тільки рослинну їжу; ФАО підтверджує, що процес виробництва м'яса є економічно вигідним, однак має серйозний негативний вплив на навколишнє середовище, що виявляється у великій дозі викидів CO₂ у атмосферу компаніями-виробниками, нераціональне використання води на потреби виробництва і забруднення водоймищ. Виробництво органічної рослинної готової їжі є вигідним з багатьох позицій, відбувається стрімке зростання кількості вегетаріанців та веганів на планеті (16 млн проживають в США, 500 млн в Індії, 50 млн в Китаї) [3-5]. Що робить вегетаріанський сектор органічного ринку привабливим для вітчизняних товаровиробників.

Оскільки у багатьох країнах ринок органічного продовольства знаходиться на стадії формування чи на стадії розвитку, глобальний ринок є незрілим і для нього характерне переважання попиту над пропозицією, незважаючи на достатньо велику присутність виробників, світовий попит не повністю задоволений і в перспективі відбудеться зростання ємності ринку. З метою зростання органічного ринку і нарощування експортного потенціалу українським товаровиробникам необхідно підвищувати конкурентоспроможність продукції, насамперед це стосується таких груп товарів, як крупи та каші (пшенична, вівсяна, гречана та ін.), дані товари є традиційними для нашої країни та більшість виробників даних товарів вже ведуть бізнес на світовому ринку; експортувати молочну продукцію (питні йогурти, кефір і т.п.) на європейський ринок, зважаючи на те, що торговельні преференції для вітчизняних експортерів продовжені з боку ЄС на період до 01.01.2016 року і молочна продукція підпадає під них, то дана група є перспективною для експорту.

Популярним новим напрямом розвитку ринку органічних продуктів є поширення ідеї створення повністю рослинної їжі, пов'язано це з

наявністю новітніх технологій виробництва даної продукції, а також поширенням нового стилю життя споживачів – обрання курсу на вегетаріанство. Даний напрям є досить новим, однак дуже популярним, оскільки частка вегетаріанського населення постійно зростає, за даними експертів, на планеті налічується більше 30-40% вегетаріанців і ця цифра динамічно росте. Поширення даного типу життя та харчування є характерним для Американського та Європейського континентів, саме тут зосереджені виробники даної продукції. В цьому контексті представляє інтерес оцінка конкурентоспроможності зазначеної продукції на прикладі рослинної групи товарів (таблиці 1 і 2).

Таблиця 1

Критерії конкурентоспроможності товару

Товар / країна походження	Показник					
	Маса нетто, гр.	Білки, гр.	Жири, гр.	Вуглеводи, гр.	Ккал	Ціна
1. Vegetus Сир Тофу(Україна)	300	6,4	5,5	10,1	117,9	11,2
2. Simply Better Tofu organic (Австралія)	250	15,9	0,3	8,8	147	50,04
3. Nasoya Organic Tofu (США)	397	9	4	3	80	59,86
4. Organic Japanese Tofu (Японія)	300	6,8	3	0,1	64	47,14
5. Clean Spot Organic Tofu (Велика Британія)	450	11,6	5,4	0,7	98	62,94
Вагові коефіцієнти	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	–

Джерело : побудовано на основі [6-10].

Дослідження свідчать, що для України виготовлення органічної рослинної продукції є перспективним виробничим і торгово-економічним напрямом, оскільки дана ніша відносно не повністю заповнена у розвинених країнах та вільна в країнах що розвиваються. Ринок зазначеної продукції знаходиться на стадії становлення та має незадовільний стан пропозиції, а попит перманентно росте. Спостерігається нестача даної продукції (вегетаріанської). З наявністю значної екологічної мережі земельних угідь, нижчою собівартістю вітчизняної агропродовольчої продукції порівняно з розвиненими країнами, Україна може стати однією з провідних країн – виробників органічної рослинної продукції і мати експорторієнтований вектор розвитку.

Таблиця 2

Розрахунок індексу конкурентоспроможності товару

Товар / країна походження	Показник		
	Сумарний індекс якості	Сумарний індекс вартості	Індекс конкурентоспроможності товару
1. Vegetus Сир Тофу (Україна)	0,787	1,0	0,787
2. Simply Better Tofu organic (Австралія)	0,740	4,467	0,165
3. Nasoya Organic Tofu (США)	0,569	5,344	0,106
4. Organic Japanese Tofu (Японія)	0,393	4,208	0,093
5. Clean Spot Organic Tofu (Велика Британія)	0,656	5,619	0,116

Отже, перспективними експортоорієнтованими групами товарів є крупи та каші, молочна продукція та продукція 100% рослинного походження. Особливе місце посідає остання група товарів, оскільки у світі розвивається та посилюється тенденція до застосування в щоденному раціоні рослинної їжі, яка нині включає не тільки традиційні товари рослинництва, такі як овочі, фрукти, а зовсім новий вид товару, який виготовляється на 100%-му рослинному компоненті, сюди можна віднести сир тофу, різні ковбасні вироби (100% рослинний компонент), які є субститутами і призначені для вегетаріанського чи веганського стилю життя, це дозволяє не лише врахувати споживчі вподобання, мотиви і потреби, а також природно-кліматичні й організаційно-економічні можливості суб'єктів торгово-економічних відносин.

Перспективним експортоорієнтованим вектором торгово-економічних відносин визначено європейський, що обумовлено підвищеним попитом й незадовільною пропозицією на органічну продукцію (вегетаріанський сегмент) в зазначеному регіоні та сучасним положенням асоціації про зону вільної торгівлі та наявністю торгових переваг з боку Європейського Союзу для України.

Література

1. Яценко О. Международная торговля органической агропродовольственной продукцией / О. Яценко, Г. Радзвявичус, Ю. Завадская // *Economic growth in condition 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.

2. Україна стане одним із світових лідерів із виробництва органічної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.galnet.org/news/34767-ukrajina-stane-odnym-zi-svitovyh-lideriv-iz-vyrobnytstva-orhanichnoji-produktsiji>

3. China's vegetarian population touches 50 million: Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://timesofindia.indiatimes.com/world/china/Chinas-vegetarian-population-touches-50-million-Report/articleshow/29725767.cms>

4. 500 millions vegeterians in India [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vegetarians.co.nz/articles/500-million-vegetarians-in-india/>

5. 16 Million People in the US are Now Vegan or Vegetarian! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.therawfoodworld.com/16-million-people-us-now>.

6. Офіційний сайт компанії «Vegetus» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vegetus.com.ua/tofu-syr/65-tofu.html>

7. Офіційний сайт компанії «Simply Better Food» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.australianeatwell.com.au/products/organic-tofu/simply-better-foods-organic-tofu>

8. Офіційний сайт компанії «Nayosa» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nasoya.com/products/organic-non-gmo-tofu/organic-extra-firm-tofu>

9. Clear Spring [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.clearspring.co.uk/products/organic-japanese-tofu>

10. Clear Spot Organic Tofu [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.goodnessdirect.co.uk/cgilocal/frameset/detail>