

ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Реалізація концепції сталого соціо-еколого-економічного розвитку в Україні детермінує пріоритетне значення галузей «зеленої економіки», серед яких досить перспективною є органічне виробництво. Виробники органічної агропродовольчої продукції не тільки створюють продукцію вищої цінності для споживачів, але й демонструють соціальну відповідальність, забезпечуючи при цьому продовольчу безпеку та збереження екологічного стану агроєкосистем.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Повноцінне становлення в Україні органічного виробництва агропродовольчої продукції як галузі можливе лише за умови сформованого ринку даної продукції. Обов'язковими організаційно-економічними умовами функціонування ринку органічної агропродовольчої продукції є: формування попиту і пропозиції на неї та наявність конкуренції товаровиробників. Наукові засади формування ринку органіки в Україні досить предметно розробляються вітчизняними науковцями [1–5]. Метою даного дослідження є апробація комплексного впливу об'єктивних і релевантних чинників на стан і динаміку ринку органічної продукції з допомогою прогнозування.

Економічне прогнозування як науково обґрунтоване передбачення розвитку галузі дає можливість окреслити її перспективи та визначити основні завдання довгострокової економічної політики. Комплексний прогноз розвитку органічного виробництва в Україні можна здійснити на основі передбачення тенденцій кон'юнктури ринку органічної продукції.

Для побудови авторської прогнозної статистичної моделі розвитку вітчизняного ринку органічної агропродовольчої продукції застосовано багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз, який дозволяє дослідити щільність зв'язку, оцінити його форму та вплив одних факторів на інші. Дана модель більш адекватно і достовірно відображає залежність між обсягом продажу органічної продукції та незалежними змінними, що впливають на його величину. При цьому, враховано якомога більш широке коло факторів попиту на органіку та

⁵Науковий керівник – д. е. н. професор Л. Ц. Масловська.

факторів її пропозиції. Інформаційне наповнення моделі склали дані офіційної статистики – державного управління статистики України та Федерації органічного руху України за 2006–2014 рр. з прогнозом на наступних 5 років [6–7]. Факторами попиту на органічну агропродовольчу продукцію є наступні: загальна чисельність населення, чисельність населення вікової групи до 14 років, природний приріст населення, коефіцієнт народжуваності, чисельність міського населення, величина доходу домогосподарств з розрахунку на одну особу, та індекс інфляції.

Результати дослідження. Факторами пропозиції є площа земель, придатних для органічного виробництва, площа сертифікованих органічних земель, обсяги виробництва та експорту органічної продукції. Усі факторні ознаки зведено до єдиного вимірника – відсотків до базового періоду – 2006 року. Одним з етапів побудови множинної кореляційно-регресійної моделі є отримання кількісного підтвердження наявності чи відсутності зв'язку між показниками (факторними і результативною ознаками) за допомогою спеціальних характеристика встановлення аналітичної залежності між ними.

Динаміка чисельності населення як факторна ознака формує загальну кількість споживачів на ринку, які гіпотетично можуть споживати органічну агропродовольчу продукцію. Даний показник залежить як від природного, так і від механічного руху населення. Особливе значення при цьому мають показники загального відтворення (природного приросту) та народжуваності, які обумовлюють вікову і статеву структуру населення. Наявність дітей віком до 14 років у сім'ях є одним з основних спонукальних мотивів до споживання органічних продуктів. Турбота батьків про здоров'я дітей та данина «моді» на здорове харчування збоку значної частини молоді, особливо у містах, сприяють формуванню так званого демографічного сегмента ринку органічної продукції. Априорно можна стверджувати, що зазначені факторні ознаки прямо і позитивно впливають на величину ринку органічної продукції. Прямо, але з зворотним характером впливають на обсяг ринку органіки такі фактори як платоспроможний попит споживачів, який залежить від величини доходу домогосподарств з розрахунку на одну особу, та індекс інфляції, які звужують економічний сегмент ринку органіки.

Пропозиція органічної агропродовольчої продукції на ринку залежить від низки природних та економічних чинників її виробляти. Як уже зазначалося у попередніх розділах, Україна має значні резерви земель для органічного виробництва. Досить динамічно зростають площі сертифікованих земель для такого виробництва і обсяги

виробленої органічної продукції, що загалом сприятиме наповненню внутрішнього ринку. Проте, розширення експорту органічної сировини може стати стримуючим фактором пропозиції продукції з високою доданою вартістю у необхідному обсязі та асортименті на внутрішньому споживчому ринку. Цікавим було б включення у кореляційно-регресійну модель і таких факторів, що впливають на пропозицію, як обсяги держаної підтримки товаровиробників та приріст можливостей сертифікації сільськогосподарських угідь. Проте, такого роду інформація відсутня.

Висновки. Здійснивши на підставі охарактеризованих показників з використанням оболонки Excel відповідні розрахунки, можна зробити наступні висновки. Під впливом досліджених стимулюючих і дестимулюючих чинників попиту та пропозиції, обсяг ринку органічної агропродовольчої продукції в Україні може досягти на рівні 2019 року від 21,5 млн. євро (лінійна функція зростання) до 292,8 млн. євро (експоненціальна функція).

Як свідчать результати лінійного інтервального прогнозу, за песимістичного сценарію розвитку ринку органічної агропродовольчої продукції його обсяг на рівні 2019 року зросте більш ніж в 2,1 рази, за оптимістичного – в 1,4 рази. Імовірне збільшення обсягу ринку становитиме майже 1,5 рази. Для реалізації імовірного (і оптимістичного) сценаріїв розвитку ринку органіки необхідно активізувати державне регулювання розвитку підгалузі, яке б поєднувало економічні, організаційні та інституційні важелі.

Список використаних джерел

1. Дудар Т. Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: Монографія / Т. Г. Дудар, В. Т. Дудар. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.

2. Зайчук Т. О. Розвиток ринку органічних продуктів харчування як напрям підвищення конкурентоспроможності української економіки в умовах євроінтеграції / Т. О. Зайчук / Вісник Сумського національного аграрного університету Серія «Економіка і менеджмент». – 2011. – 6/2. – С. 107–112.

3. Воскобійник Ю. П. Ємність ринку органічної продукції в Україні / Ю. П. Воскобійник, Є. В. Гаваза // Агроінком. – 2013. – № 4–6. – С. 7–10.

4. Маслак О. М. Становлення ринку органічної продукції в Україні / О. М. Маслак // Вісник Сумського національного аграрного університету Серія «Економіка і менеджмент». – 2012. – 11 (54). – С. 60.

5. Масловська Л. Ц. Ринок органічної агропродовольчої продукції в Україні та проблеми його формування / Л. Ц. Масловська, В. А. Савчук // Ввісник ЖНАЕУ. – 2016. – №.2(51). т. 2. – С. 172–180.

6. Федерація органічного руху України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://organic.com.ua/>.

7. Статистичний щорічник України за 2014 рік. Держкомстат України. – К., 2015 – 586 с.