

ЕКВІВАЛЕНТНІ ТОРГОВЕЛЬНІ УГОДИ ЯК КАТАЛІЗАТОР МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ОРГАНІЧНИМИ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ

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

Досліджено сучасний стан розвитку світового ринку органічної агропродовольчої продукції, його географічну та товарну структуру. Охарактеризовано торгівлю органічними агропродовольчими товарами між країнами, які є учасниками еквівалентних торговельних угод. Зазначено потенційні експортоорієнтовані напрями розвитку органічного сектору України.

Ключові слова: еквівалентні угоди, міжнародна торгівля, світовий ринок, Україна, ринок органічної агропродовольчої продукції, експорт, імпорт.

Постановка проблеми. Процес динамізації глобальної торгівлі органічними агропродовольчими товарами обумовлений трансформацією споживчих вподобань на користь безпечних, екологічно-ощадних продуктів харчування, за рахунок збільшення кількості платоспроможного населення у певних регіонах світу, популяризації здорового способу життя та формування «свідомого споживання». Для країн-експортерів торгівля органічними агропродовольчими товарами має значні економічні вигоди, зокрема це вища ціна на продукцію органічного виробництва, отримання конкурентних переваг на міжнародному ринку за рахунок фокусування на певних нішах та можливості залучення інвестиційних коштів, інновацій тощо.

Виклад основного матеріалу. У глобальній торгівлі органічними агропродовольчими товарами приймають участь більше 170 країн, органічна діяльність яких оцінюється в майже 90 млрд. дол. США (станом на 2016 р.). Найрозвинутішими органічними ринками є США, Німеччина та Франція, 40% виробників органіки зосереджено в країнах Азії, Африки та Латинської Америки. Для світового ринку органічної агропродовольчої продукції характерним є концентрація попиту в Пн. Америці та європейських країнах, зростання кількості органічних стандартів (більше 85) та невідповідності пропозиції попиту.

Таблиця 1

Топ-5 країн з найбільшою кількістю експортерів та імпортерів у світі

Країна	Кількість експортерів	Країна	Кількість імпортерів
1. Китай	1198	1. Німеччина	1598
2. Німеччина	787	2. Швейцарія	501
3. Індія	669	3. Нідерланди	364
4. Італія	518	4. Італія	363
5. Шрі - Ланка	311	5. Франція	223

Джерело: побудовано авторами на основі [1].

Світовий ринок органічної агропродовольчої продукції має певну географічну та товарну структури. За географічною ознакою його можна поділити на 5 регіонів: Пн. Америка (США, Канада, Мексика); Європа; Азіатсько-Тихоокеанський регіон (Індійського субконтиненту, Китай, Японія, країни Пд.-Сх. Азії, Океанія); Центральна та Пд. Америка (Аргентина, Колумбія, Чилі, Панама та інші країни); країни близького Сходу та Африки (табл. 2).

Таблиця 2

Частка органічного ринку регіонів, 2011-2015, %

Рік	Регіон					
	Африка	Азія	Європа	Латинська Америка	Пн. Америка	Океанія
2011	0,00	4,22	47,67	0,08	46,40	1,62
2012	0,00	3,92	44,92	0,07	49,08	2,00
2013	0,00	6,49	43,58	0,06	48,00	1,88
2014	0,02	6,85	42,52	0,05	47,59	1,41
2015	0,02	8,24	33,21	0,04	50,75	1,43

Джерело: побудовано автором на основі [1].

Для кожного регіону характерним є наявність певних особливостей розвитку внутрішнього споживчого ринку органічних товарів. В Пн. Америці до домінуючих тенденцій можна віднести: розвиток онлайн-торгівлі органічною продукцією; маркетинг органічної продукції великими ретейлерами за допомогою приватних марок; впровадження «органічного способу життя»; зростання попиту

на свіжі, заморожені та готові продукти, особливе місце відводиться сегменту немолочної продукції (non-dairy beverages); активний розвиток ринку альтернативних продуктів харчування.

Для європейського регіону визначними рисами є уточнення регуляторної бази виробництва та торгівлі органічними агропродовольчими товарами; активна фінансова та консультативна підтримка розвитку органічного агропродовольчого ринку; впровадження органічної освіти; стимулювання досліджень у органічному секторі; транспарентність системи виробництва та постачання; надання переваг місцевому малому фермерству.

Одним з найперспективніших регіонів, який в майбутньому сприятиме подальшому розвитку світової торгівлі органічною агропродовольчою продукцією є Азіатсько-Тихоокеанський регіон, характерними особливостями якого є активний розвиток органічного руху; зростання попиту на продукти «better for you»; збільшення представників середнього класу; нарощення імпорту органічної продукції; динамічний розвиток онлайн-торгівлі та O2O (online to offline); популяризація вегетаріанського та веганського способу життя.

Для країн, які розвиваються особливостями розвитку внутрішнього органічного ринку є активна фінансова та технічна підтримка органічного фермерства; розвиток інфраструктури та вдосконалення органічного законодавства; зростання частки онлайн-торгівлі; розширення продуктивних ніш. За товарною ознакою глобальний органічний агропродовольчий ринок умовно можна поділити на ти великі групи: сировинний ринок, ринок готової продукції та ринок напоїв, які відповідно включають в себе диверсифікований набір продовольчих сегментів.

Найбільша частка світового ринку органічних агропродовольчих товарів припадає на США. Варто зазначити, що США є однією із небагатьох країн, яка має статистичні дані щодо торгівлі органічними агропродовольчими товарами. Глобальна сільськогосподарська торговельна система США (GATS) станом на початок 2017 р. включає 41 експортний та 47 імпорتنих кодів гармонізованої системи (HS). Зростання торгівлі органічними агропродовольчими товарами складає приблизно 1,2% з 2011 до 2016 р. Органічні яблука, салат латук, виноград, полуниця та шпинат – топ-5 експортованих органічних товарів, частка яких складає 55 % від загального експорту у 2016 р. (загальний експорт органічних агропродовольчих товарів – 547,7 млн. дол. США). США експортують органічну агропродовольчу продукцію до 104 країн світу, зокрема

основна частка експорту припадає на Канаду та Мексику, зростає експорт до країн Сх. Азії та Близького Сходу.

Незважаючи на значний розвиток органічного виробництва всередині країни, обсяг імпорту органічної продукції в три рази більший за експорт (1,7 млрд. дол. США), що обумовлено наявністю незадоволеного попиту та обмеженістю асортименту. Варто зазначити, що США імпортує органічну продукцію з 111 країн світу, з яких 68% припадає на каву, сою, банани, оливкову олію та кукурудзу. Основними країнами-експортерами органічної продукції до США є Мексика, Канада, Перу, Еквадор та інші.

Таблиця 3

Експорт та імпорт органічної агропродовольчої продукції США за топ-5 товарами

Експорт, млн. дол. США	Рік					CAGR, %
	2012	2013	2014	2015	2016	
1. Яблука	91,9	136,6	115,4	95,7	82,5	-2,66
2. Салат латук	83,2	86,1	75,5	59,9	70,4	-4,09
3. Виноград	39,8	58,9	64,8	57,2	65,8	13,39
4. Полуниця	18,4	27,7	30,7	35,6	42,4	23,21
5. Шпинат	26	33,4	37,8	38,7	38,6	10,38
Імпорт, млн. дол. США	2012	2013	2014	2015	2016	CAGR, %
1. Кава	282,9	253,3	332,6	344,5	313,1	2,57
2. Соя	90,2	110,2	184,2	240,2	250,5	29,09
3. Банани	-	258,8	122,6	198,4	209,9	-6,74
4. Оливкова олія	-	165,6	148,6	197,2	191,8	5,02
5. Кукурудза	-	36,6	35,7	112,7	160,4	63,65

Джерело: побудовано на основі [2].

$$*CAGR = (Ending\ value / Beginning\ value)^{(1/n)} - 1$$

Зростання експорту та імпорту певних товарних груп (кукурудза та соя) обумовлено наявністю еквівалентних угод щодо торгівлі органічними агропродовольчими товарами. Зокрема, 61% експорту та 21% експорту припадає на країни учасників еквівалентних угод. Під торговельними еквівалентними угодами необхідно розуміти

домовленості щодо взаєвизнання органічних стандартів (однак, технічні стандарти можуть відрізнятимуться в залежності від країни або регіону), що дозволяє органічній продукції вільно переміщатися між країни без отримання сертифікату країни імпортера. Нині на світовому органічному ринку агропродовольчих товарів функціонує 38 таких торговельних угод (рис. 1.).



Рис.1. Карта еквівалентних угод міжнародної торгівлі органічними агропродовольчими товарами у світі [3].

Перевагами підписання таких домовленостей є мінімізація торговельних бар'єрів, встановлення стійких каналів постачання органічної продукції та зменшення додаткових експортних витрат. США має такі домовленості з 8 країнами (регіонами) – Канадою (2009 р.), Тайванем (2009 р.), ЄС (2012 р.), Японією (2014 р.), Пд. Кореєю (2014 р.) та Швейцарією (2015 р.), Китаєм та Новою Зеландією (2017 р.).

Таблиця 4
Торгівля органічним агропродовольчими товарами, якими США підписано еквівалентні угоди

ЄС, 1000 дол. США	2012	2013	2014	2015	2016	2017	GARG, %
Експорт	6,07	8,57	12,28	5,11	7,50	11,78	14
Імпорт	15,29	348,56	293,82	335,13	311,30	379,60	112
Канада	2012	2013	2014	2015	2016	2017	GARG, %
Експорт	226,38	257,60	265,04	258,69	247,90	260,05	3

Продовження табл. 4

Імпорт	55,39	51,86	54,17	62,64	82,31	93,89	11
Тайвань	2012	2013	2014	2015	2016	2017	GARG, %
Експорт	15,74	12,21	16,52	16,13	28,12	26,93	11
Імпорт	33,00	555,00	175,00	211,00	228,00	99,00	-6
Японія	2012	2013	2014	2015	2016	2017	GARG, %
Експорт	26,54	22,71	26,50	27,58	35,84	22,32	-3
Імпорт	8,17	8,69	7,83	11,39	9,30	10,79	6
Пд. Корея	2012	2013	2014	2015	2016	2017	GARG, %
Експорт	4,20	4,94	4,69	5,82	19,74	23,83	41
Імпорт	8,00	61,00	61,00	65,00	221,00	185,00	88
Швейцарія	2012	2013	2014	2015	2016	2017	GARG, %
Експорт	0,00	0,00	0,00	0,00	123,00	605,00	-
Імпорт	32,00	126,00	391,00	110,00	162,00	18,00	-11

Джерело: побудовано на основі [4].

За даними експорту та імпорту органічної продукції США з 2012-2017 рр. можна констатувати ефективність підписання еквівалентних торговельних угод, результатом яких є збільшення обсягів торгівлі органічними агропродовольчими товарами між країнами-учасниками.

Найбільшими органічними агропродовольчими ринками в європейському регіоні є Німеччина та Франція [5]. Незважаючи на досить розвинутий органічний сектор в Німеччині значна частина органічної агропродовольчої продукції імпортується, зокрема свіжі овочі та фрукти, картопля, молочна та м'ясна продукція тощо. В географічній структурі домінують країни-члени ЄС. Найбільшими споживачами органічної агропродовольчої продукції виступають скандинавські країни та Швейцарія. Основними каналами продажу органічної продукції - традиційні ретейлери та спеціалізовані органічні магазини.

Французький органічний агропродовольчий ринок активно розвивається, торгівля зазначеною групою товарів зросла у 3,5 рази з 2007 по 2016 рр., досягнувши позначки в 7,15 млрд. євро [6]. Супермаркети генерують найбільші продажі органічних

агропродовольчих продуктів – 42% у 2016 р. У розрізі споживання, більше 70% органічної продукції, спожитої всередині країни – це продукція національного виробництва. Франція імпортує органічну агропродовольчу продукцію з європейських країн, 43% імпорту припадає на екзотичну продукцію (банани, кава, какао, оливки та цитруси). Експорт органічної продукції у 2016 р. збільшився на 14%, досягши позначки в 629 млн. дол. США, 2/3 експорту припадає на органічне вино.

Динамічний розвиток світового органічного агропродовольчого ринку відкриває нові можливості для експорту продукції як на основі фокусування на нових зростаючих органічних продуктивних нішах, так із-за рахунок відкриття нових ринків збуту. Оскільки, аграрний сектор України є найбільш прибутковою галуззю економіки, доцільним є нарощення виробництва нішевої продукції та збільшення експорту органічної агропродовольчої продукції до неєвропейських країн. Експортоорієнтована модель розвитку українського органічного ринку має певні обмеження, які полягають у складності завоювання міжнародного органічного ринку агропродовольчих товарів, зокрема однією із перепон є пошук потенційних імпортерів та налагодження торговельних відносин (наявність певних скарг із-за низької якості продукції). Зокрема, пошук потенційних клієнтів відбувається за рахунок участі у міжнародних аграрних виставках (Biofach – Німеччина, ANUGA – Німеччина, Gulfood – ОАЕ). Так, наприклад, такою стратегією просування користується виробник органічної соняшникової олії «УКРОЛІЯ» [7], компанія експортує у більш ніж 55 країн, потенційно фірма розглядає споживчі ринки країн Близького Сходу, Африки та Китай, що обумовлено наявністю платоспроможного попиту та менш конкурентним середовищем.

Наявність значної конкуренції на європейському ринку на товарами широкого вжитку створили нові можливості для отримання більшої маржі та конкурентних переваг на ринку за рахунок виробництва нішевих культур [8], серед яких: високоолієвий соняшник (за прогнозами попит зросте у тричі до 2020 р. в ЄС), сорго (джерело протеїну та вуглеводів), кондитерський соняшник (висока рентабельність, наявність попиту), квасоля, гірчиця, льон, нут, сочевиця, конопель (останні три види товару є базою для створення вегетаріанської та веганської продукції).

Висновки і пропозиції. Світова торгівля органічними агропродовольчими товарами демонструє позитивне зростання за останні 5-10 років, що обумовлено зростанням попиту на дану категорію товарів у світі та її комерційні вигоди. Результатом розвитку

глобального ринку органічних агропродовольчих товарів та лібералізації торгівлі продукцією між країнами, які мають різні органічні стандарти є підписання еквівалентних торговельних угод, які значно спрощують процес експорту та імпорту. Зростання конкуренції в певних регіонах змушує інших країн-виробників, а саме Україну, звернути увагу на відносні нові країни збуту, які є відкритими для імпорту органічної продукції. Перспективним є також, відкриття нових ніш органічного виробництва для отримання конкурентних переваг на міжнародному с.-г. ринку.

Список літератури

1. Key indicators on organic agriculture worldwide [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.organic-world.net/statistics/statistics-data-tables/ow-statistics-data-keydata.html?tx_statistic_data_pi1%5Bcontroller%5D=Element2Item&cHash=1454ae80c62646f2ea29bd52b7a5248
2. USDA Foreign Agricultural Service's Global Agricultural Trade System (GATS) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://apps.fas.usda.gov/Gats/default.aspx>.
3. Report to the Organic Trade Association U.S. Organic Trade Data: 2011 to 2016 [Електронний ресурс] / I. Demko, R. Dinterman, M. Marez, E. Jaenicke. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ota.com/tradedata>.
4. Demko I. Impact of European Union–U.S. Organic Equivalency Arrangement on U.S. Exports / I. Demko, E. C. Jaenicke. // Applied Economic Perspectives and Policy. – 2017. (in press)
5. Organic food market in Europe - Statistics and Facts [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/topics/3446/organic-food-market-in-europe/>.
6. Beaumont W. Organic retail boom in France [Електронний ресурс] / Warren Beaumont. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.organicwellnessnews.com/?ID=1&ArticleID=672>.
7. Органічна експансія [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://open.kmba.ua/ua/interview/finance/20089/organichna-ekspansiya>.
8. Які нішеві культури вигідно вирощувати в 2018 році [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://agronews.ua/node/89445>.