

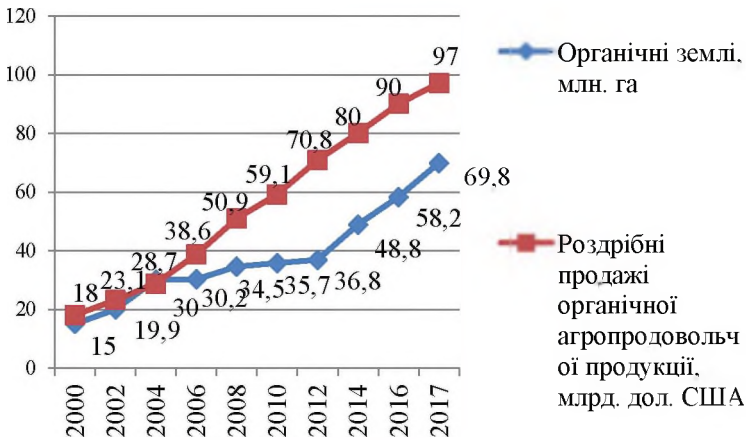
# АСИМЕТРІЇ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

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

Формування та розвиток глобального ринку органічної агропродовольчої продукції супроводжується виникненням асиметрій розвитку відповідно до різного економічного розвитку країн. Отже, на глобальному ринку органічної агропродовольчої продукції можна виділити 3 типи асиметричного розвитку:

**1. Асиметричність попиту та пропозиції.** Попит на органічну агропродовольчу продукцію може бути вдоволений тільки за рахунок існування відповідної пропозиції, яка може бути сформована за умови наявності необхідності кількості органічних земель для вирощення відповідного об'єму органічної продукції та необхідної кількості органічних суб'єктів для задоволення потреб органічного агропродовольчого ринку. Динамічне зростання кількості органічних

земель ми можемо спостерігати в період з 2014 по 2017 рр., що обумовлено зростанням платоспроможного попиту на органічну агропродовольчу продукцію на міжнародному ринку. Зокрема, більшість органічних земель зосереджено в Океанії (35,9 млн. га) та країнах Європи (14,6 млн. га). Всього 10 країн світу володіють 55 млн. га органічних земель. Вагома кількість експертів наголошує на значному розриві між пропозицією та попитом, оскільки світові продажі органічної агропродовольчої продукції динамічно зростають за останні 20 років, але на жаль пропозиція не може повністю задовольнити попит (рис. 1.).



**Рис. 1.** Динаміка зростання роздрібних продажів органічної агропродовольчої продукції та органічних земель, 2000–2017 рр.

*Джерело:* побудовано авторами на основі [1,2]

Кількість органічних земель зросла з 2001–2016 рр. на 200%, а світовий ринок органічних агропродовольчих товарів збільшився на 330%. Так, наприклад, за цей період органічні землі у Північній Америці збільшилися удвічі, а органічний агропродовольчий ринок у 4 рази. Існує загроза виникнення шортфолів у Північній Америці та країнах Європи, оскільки прослідковується уповільнення зростання кількості органічних земель.

**2. Асиметричність географічного розташування виробників та споживачів органічної продукції.** Станом на 2017 р. у світі налічується 2,9 млн. виробників органічної продукції, 80% яких зосереджено в Азії (40%), Африці (28%) та Латинській Америці (16%). Суб'єктів світового ринку органічної агропродовольчої продукції поділяють на чотири категорії: переробники, експортери, імпортери та

інші органічні оператори. Загалом станом на 2017 р. кількість органічних переробників складає 88 тис. чол. та 5900 імпортерів органічної продукції зосереджено в Європі (табл. 1).

До топ-3 країн з найбільшою кількістю виробників входить Індія – 835 тис. чол., Уганда – 210 тис. чол. та Мексика – 210 тис. чол. Найбільше на органічну продукцію витрачають, з розрахунку на одну людину, Швейцарія – 288 євро, Данія - 278 євро та Швеція – 237 євро.

**Табл. 1**

Показник	Виробники органічної продукції, млн. чол.			Споживання, євро			
	Країна/Рік	2016	2017	Ріст 10 р., %	2016	2017	Ріст, %
Африка		1,11	1,14	1,82	-	-	-
Азія		0,74	0,82	0,71	1,70	2,10	23,53
Європа		0,46	0,46	0,74	40,80	50,30	23,28
Латинська Америка		0,37	0,40	0,79	1,30	1,30	-
Північна Америка		0,03	0,03	2,36	117,00	119,10	1,79
Океанія		0,02	0,02	0,13	26,50	31,80	20,00
Світ		2,73	2,86	1,05	11,30	12,20	7,96

*Джерело:* побудовано авторами на основі [3]

**3. Асиметричність інформації.** Асиметрія інформації між виробником та споживачем – дуже поширене явище на товарних ринках, яке створює певну невідповідність між купівельною поведінкою споживача та його уподобаннями. Маркування потенційно може сприяти зменшенню такої проблеми, але тільки у випадку наявності чітких правил маркування та довіри з боку споживачів. Органічне маркування відіграє вагомий роль у наданні додаткової та релевантної інформації щодо органічного виробництва, оскільки безпосередньо впливає на формування споживчої поведінки.

Нещодавнє дослідження підтверджує [3], що різні види маркування мають різний вплив на попит, особливо для соціально відповідальної продукції, включаючи екологічно чисту продукцію. Таким чином, споживачі надаватимуть перевагу органічним товарам в тому випадку, якщо вони будуть впевнені у маркуванні продукції.

У вирішення проблеми інформаційної асиметрії важливу роль відіграють програми/ініціативи [3], які спрямовані на поширення інформації щодо органічного виробництва, органічного маркування тощо. Оскільки вони надають споживачам певний інструмент для того,

щоб диференціювати органічний сертифікований товар від неорганічного.

Із поширенням органічного виробництва та динамічним розвитком світового ринку органічної агропродовольчої продукції, зростає кількість урядів, які визнають, що органічне виробництво може сприяти сталому розвитку, та створюють спеціальні програми підтримки органічного виробництва. Із розвитком глобального ринку органічної агропродовольчої продукції та імплементацією органічного законодавства, прослідковується тенденція до розширення інструментів підтримки органічного виробництва на внутрішньому ринку, на окрему увагу заслуговують державні закупівлі органічної продукції, таким чином уряд будь-якої країни сприяє появі та використанню органічної продукції в державних закладах: освітніх закладах, лікарнях, урядових установах, в'язницях тощо. Таргетовані інститути в рамках політики зобов'язанні закупити або надати певний обсяг/відсоток органічної продукції для надання харчових послуг населенню. Стимулами долучення до таких політик є фінансова підтримка, яка включає надання грантів або повернення певного відсотку затрат на придбання; технічну підтримку планування закупівель; організацію каналів постачання органічної агропродовольчої продукції; створення системи заохочення.

Доцільним є детальніше розглянути деякі інструменти підтримки розвитку органічного виробництва та сектору зображених на (рис. 2.).



**Рис. 2** Інструменти підтримки органічного виробництва та розвитку органічного сектору

*Джерело:* власно розробка автора

Субсидування сільськогосподарських виробників є поширеною практикою у світі, такий інструмент підтримки знайшов своє застосування і в органічному секторі. Розвиток органічного сектору в Індії демонструє ефективне використання інструменту субсидування виробництва, так Paramparagat Krishi Vikas Yojana - індійська програма підтримки органічного виробництва, яка безпосередньо направлена на малий та середній бізнес. Підтримка органічного фермерства відбувається за рахунок створення органічних кластерів, один кластер може обслуговувати 20 га органічних земель. Програма надає повну фінансову підтримку – 100% покриття усіх витрат на створення кластерів та субсидування органічних фермерів [5, 6].

Державні закупівлі органічної агропродовольчої продукції, як інструмент заохочення продемонстрував певні позитивні результати в деяких країнах, зокрема Данії, Іспанії, Бразилії та США. Данія, країна яка має найвищий відсоток органічних продажів у загальній сумі роздрібних продажів агропродовольчої продукції. Міста, лікарні та урядові міністерства отримали фінансування від Датського уряду для переходу на закупівлі органічної продукції в об'ємі 60%. У результаті, працівники харчової індустрії отримати безкоштовну освіту зі зміни процесів приготування їжі, що дозволило скоротити харчові відходи на 90%. Уряд Данії також розробив спеціальне значки для ресторанів та їдальень: бронза (30-60% органічної продукції), срібло (60-90%) та золото (90+%) [7].

Іншим інструментом підтримки органічного фермерства є політична підтримка та захист інтересів певної групи. В Тихоокеанському регіоні діє Pacific High Level Organics Group (PHLOG) [8], діяльність якої направлена на підвищення рівня обізнаності щодо розвитку органічного виробництва та його переваг.

Європейська мережа розвитку сільських територій (ENRD) є центром для обміну інформацією про те, як політика, програми, проекти та інші ініціативи розвитку сільських районів працюють на практиці та як їх можна покращити для досягнення більшого. ENRD підтримує ефективне впровадження програм розвитку сільських територій держав-членів ЄС (RDP) шляхом створення та обміну знаннями, сприяння обміну інформацією та співпраці. Ці заходи підтримуються двома підрозділами: контактним пунктом ENRD та Європейською службою підтримки сільського розвитку (European Evaluation Helpdesk for Rural Development) [9].

Не менш важливим для розвитку органічного сектору виступає створення сприятливого законодавчого клімату для ведення торгівлі

органічною агропродовольчою продукцією, саме тому значного поширення набуло підписання еквівалентних угод. Таким чином, країни (країни ЄС, США, Канада та Японія), які мають відносно розвинуті внутрішні ринки органічної агропродовольчої продукції мають дуже жорсткі імпорتنі режими. Отже органічна продукція до зазначених країн може бути імпортованою тільки за умови, що сертифікаційна агенція була визнаною відомим та компетентним органом. Визнання сертифікаційного органу можливе тільки за відповідності органічним вимогам країн-імпортерів, що можливе при підписанні еквівалентних торговельних домовленостей або сертифікаційний орган може бути безпосередньо затверджений країною-імпортером.

Певні відмінності спостерігаються між процесом затвердження сертифікаційного органу в США та ЄС. Експорт органічної агропродовольчої продукції в ЄС можливе лише за умови сертифікації експортованої органічної продукції інспекційною організацією, яка визнана Європейською комісією.

Відповідно до американської системи, не має значення чи сертифікаційний орган базується в США або поза її межами. Тобто, будь-який сертифікаційний орган може видавати USDA сертифікат, якщо інспекція проводиться відповідно до вимог NOP. Таким чином тільки сертифікати видані сертифікаційними органами, які акредитовані USDA є допустимими.

Отже, виникнення асиметрій на глобальному органічному агропродовольчому ринку є неминучим та абсолютно очікуваним процесом, що обумовлено різними стадіями розвитку органічних ринків країн світу; наявністю законодавчої підтримки, включаючи програми розвитку; виробничих, фінансових та технологічних ресурсів. Тому, органічні ринки країн, які знаходяться на стадії формування мають бути підтримані за допомогою використання диверсифікованого набору інструментів: субсидування, планів зі страхування, програм залучення інвестицій в НДР, державні закупівлі тощо.

### Список літератури

1. The world of organic agriculture [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2019.html>.
2. Worldwide sales of organic food from 1999 to 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics>.

3. Rousseau S. Green market expansion by reducing information asymmetries: Evidence for labeled organic food products / S. Rousseau, L. Vranken. // Food Policy. – 2013. – №40. – С. 31–43.

4. Biondo A. Organic Food and the Double Adverse Selection: Ignorance and Social Welfare / Alessio Emanuele Biondo. // Agroecology and Sustainable Food Systems. – 2013. – №38. – С. 230–242.

5. Guideline for Model Organic Cluster Demonstration and Model Organic Farm under Paramparagat Krishi Vikas Yojana (PKVY) (April 2017). Available from <http://agricoop.nic.in/sites/default/files/model%20organic%20cluster%20demonstration%20and%20model%20organic%20of%20arm%20guidelines%20dated%2003.04.2017.pdf>

6. Organic Public Procurement is a Win-Win Scenario for Farmers, Consumers & Public Goods [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.organicwithoutboundaries.bio/2018/09/05/public-procurement/>.

7. Organic Public Procurement is a Win-Win Scenario for Farmers, Consumers & Public Goods [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.organicwithoutboundaries.bio/2018/09/05/public-procurement/>.

8. Pacific High Level Organics Groups (PHLOG) [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://www.Organicpasifika.com>.

9. European Network for Rural Development (ENRD) [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://enrd.ec.europa.eu/>.