

УДК 338.439.5: 504 (100)

*В.І. АРТИШ, кандидат економічних наук, доцент
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Виробництво органічної продукції в країнах Європейського Союзу

Постановка проблеми. Виробництвом органічної сільськогосподарської продукції займаються майже всі країни світу. Частка господарств, що постачають таку продукцію, постійно зростає. Характерним показником розвитку органічного сільського господарства є розміри органічних площ під сільськогосподарськими культурами. Європа (близько 90% припадає на Європейський Союз) займає друге місце в світі під органічним землеробством після Австралії. В ЄС розвиток органічного землеробства стимулюється через розвинену інфраструктуру, а виробники та споживачі високо оцінюють переваги органічного сільського господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями розвитку органічної продукції займаються вітчизняні та зарубіжні науковці. Серед українських учених цю проблему порушують у своїх працях В. Андрійчук [1], Н. Бородачева [2], Є. Милованов [3], В. Шлапак [4] й ін. Серед іноземних науковців пошуком вирішення питань виробництва органічної продукції займаються Б. Сільвандер [5], Г. Добиш [6], К. Хольгер [7] та ін.

Мета статті – дослідження сучасного стану органічної продукції Європейського Союзу, аналіз ринку й визначення пріоритетних напрямів його розвитку.

Виклад основних результатів дослідження. За даними міжнародної організації ІФОАМ, інтенсивний розвиток органічного землеробства в Європі розпочався у 90-ті роки ХХ ст. Лідерами за темпами зростання площі під органічним землеробством були Угорщина, Великобританія, Чехія та Порту-

галія. Останніми роками швидко розвивається органічне виробництво в таких країнах, як Данія, Німеччина, Фінляндія, Швеція й ін. (табл.). Пов'язано це, насамперед, із державною підтримкою господарств через субсидії. Результатом такої державної допомоги є збільшення частки натуральних продуктів харчування на ринку в середньому до 5-10% [3]. При цьому найвищий показник належить Австрії, населення якої споживає органічні овочі та молочну продукцію. В Німеччині, Італії, країнах Скандинавії головною метою ринкових відносин є розширення асортиментної групи товарів і поліпшення каналів збуту. Країни Південної, Центральної та Східної Європи займають переважно позиції, орієнтовані на експорт.

Основне завдання виробництва органічної продукції полягає у створенні регіональних ринків та оптимальному використанні інформації засобами масових комунікацій щодо формування потреби пересічного споживача у високоякісній і натуральній їжі. Найпоширенішим є використання таких каналів реалізації, як супермаркети, що уможливує охопити всі верстви населення та збільшити обсяги продажу. Хоча в більшості країн відбувається реалізація безпосередньо у фермерських господарствах і спеціалізованих магазинах. Наприклад, в Австрії, Данії, Великобританії основна частина органічної продукції (до 70-80%) реалізується через супермаркети, в яких цінова надбавка становить до 30% та більше [7]. Населення висуває високі вимоги щодо зовнішнього вигляду товарної продукції та її якості. У багатьох країнах ЄС добре зарекомендували себе продажі свіжої продукції з доставкою

додому. Основними каналами збуту в Італії, Франції, Німеччині та Нідерландах є спеці-

алізовані магазини, частка яких в обсягах продажу становить 35-40%.

Органічне землеробство в основних країнах ЄС за 2010 рік

Країна	Площа земель під органічним виробництвом		Кількість „органічних” господарств
	га	%	
Італія	1 150 253	9,05	45 231
Іспанія	988 323	3,93	18 226
Німеччина	865 336	5,11	18 703
Великобританія	660 200	4,15	5 506
Франція	557 133	1,88	11 978
Австрія	372 026	13,36	19 997
Швеція	248 104	7,96	3 028
Фінляндія	148 760	6,49	4 406
Данія	145 393	5,46	2 835
Швейцарія	116 641	11,00	6 199

Джерело: Дані Міжнародної організації IFOAM.

Так, у 2010 році ринок органічної продукції ЄС оцінюють майже в 20 млрд євро, а це приблизно на 5% більше порівняно з показниками 2009 року.

Найбільший ринок органічних продуктів серед Європейських країн зосереджений у

Німеччині (оборот близько 6 млн євро), далі йдуть Франція (понад 3 млн євро) і Великобританія (понад 2 млн євро).

На рисунку 1 наведено питому вагу окремих країн у загальному товарообороті.

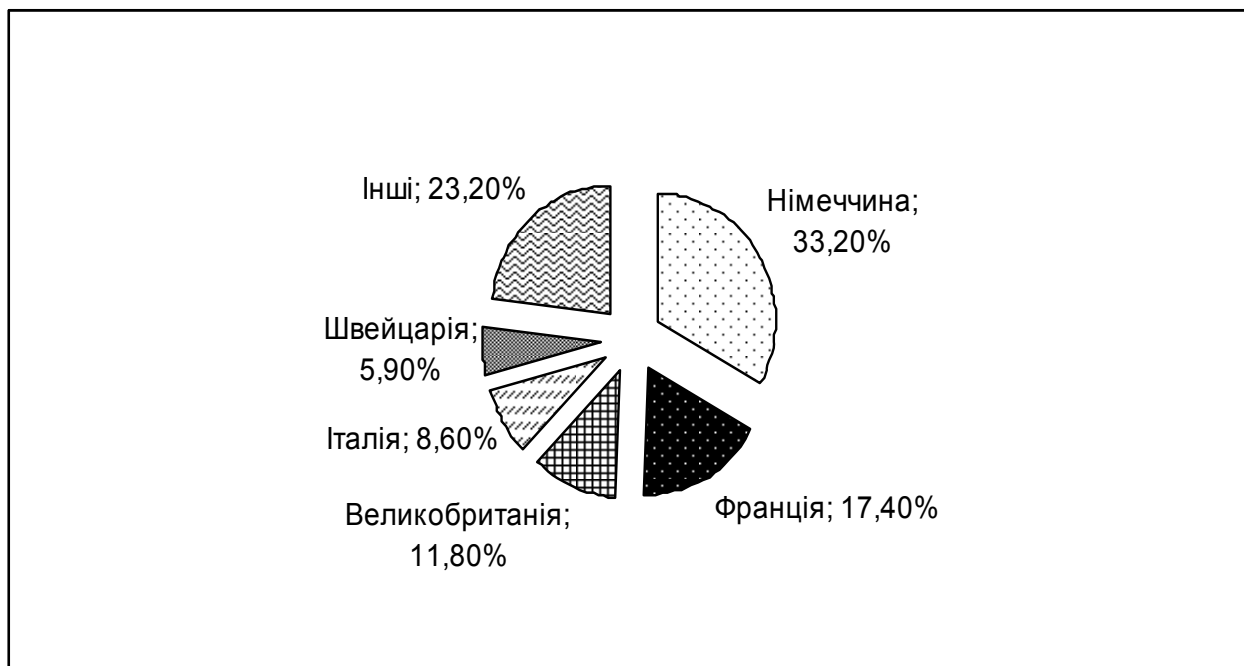


Рис. 1. Частка продажів органічної продукції окремих країн у загальному товарообороті ЄС, %

Джерело: Organic Agriculture and Food Security // Інтернет - ресурс: www.ifoam.org)

Єдина торговельна політика країн ЄС, у тому числі аграрна, регулює процеси експорту й імпорту. Згідно з основними її положеннями щодо тарифного регулювання торгівлі органічною продукцією застосовуються переважно пільгові тарифи. Таким чином ЄС стимулює торговельні відносини із слаборозвинутими країнами світу. Для захисту споживачів від псевдонатуральних продуктів, а

господарств-виробників від недобросовісної конкуренції, було прийнято Постанови 2092/91 та 1804/99, згідно з якими встановлено вимоги щодо маркування органічної продукції рослинного й тваринного походження. Виробництво товару за умови відповідності вимогам щодо технології вирощування, переробки, реалізації та імпорту, визначається як “organic”, або “ecologic” [5].

У різних країнах існують деякі термінологічні відмінності при визначенні поняття екологічно чистої продукції, які часто призводять до виникнення непорозумінь. Наприклад, термін „органічне землеробство” (Organic Farming) офіційно прийнятий в англomовних країнах Європейського Союзу і Сполучених Штатах Америки. Еквівалентним терміном у Франції, Італії, Португалії та країнах Бенілюксу є „біологічне землеробство” (Biologic Farming), а в Данії, Німеччині й іспаномовних країнах – „екологічне землеробство” (Ecolic Farming).

Кожна країна несе відповідальність за наявність документів щодо органічного ведення господарства та якості інспекційних заходів. Імпортна політика країн ЄС має велике значення для розвитку світового сільсь-

кого господарства, звичайно, за виконання певних вимог.

По-перше, в таких країнах повинні діяти законодавство про органічне сільське господарство і система контролю. Необхідно подавати сертифікат відповідності щодо технології виробництва, функціонування інспекцій обов’язково перевіряється експертами ЄС.

По-друге, через процедуру одержання ліцензій. Органи сертифікації допомагають експортерам та імпортерам зібрати необхідні для цього документи, вимоги до яких у різних країнах ЄС неоднакові, але вони відповідають певним принципам.

Проаналізувавши виробництво органічної продукції й частку ринку, яку вона займає, розглянемо її споживання (рис. 2).

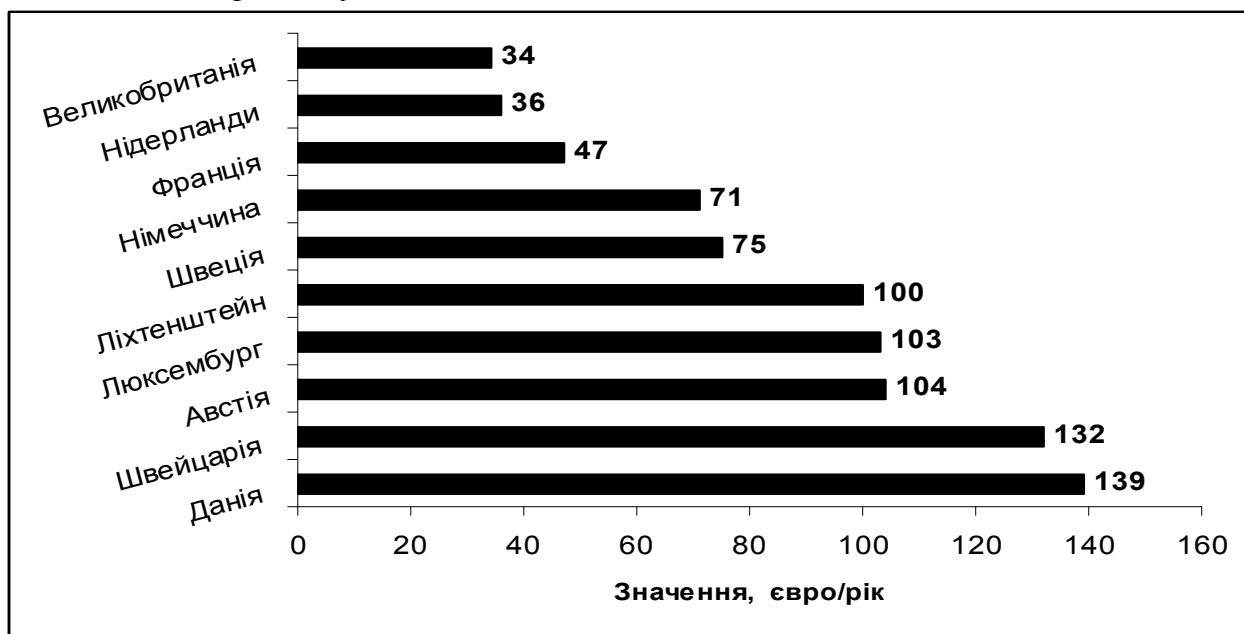


Рис. 2. Країни Європи з найвищим рівнем споживання, євро/рік

Джерело: Organic Agriculture and Food Security // Інтернет - ресурс: www.ifoam.org.

Серед країн Європи лідером щодо споживання органічних продуктів на душу населення, а також світовим лідером є Данія, кожний житель якої в середньому витрачає на них 139 євро на рік. До неї наближається Швейцарія із сумою в 132 євро на рік. Даний показник у більшості країн ЄС становить 30-70 євро на рік і має тенденцію до швидкого зростання.

Слід зазначити, що ринок Європи є другим за часткою ринку в світі. Річний оборот становить 28 млрд дол. США, або практично

половину від світового обороту. Важливо відзначити, що цей регіон надає важливе значення органічній продукції. Саме тому країни-представниці Європи мають найвищу частку ринку у виробництві органічної продукції [8].

У 2010 році лідером із продажу органічної продукції серед країн світу стала Данія, частка ринку органічної продукції тут становила 7,2%. На другому місці Австрія – 6%, за нею слідує Швейцарія – 5,2% (рис.3).

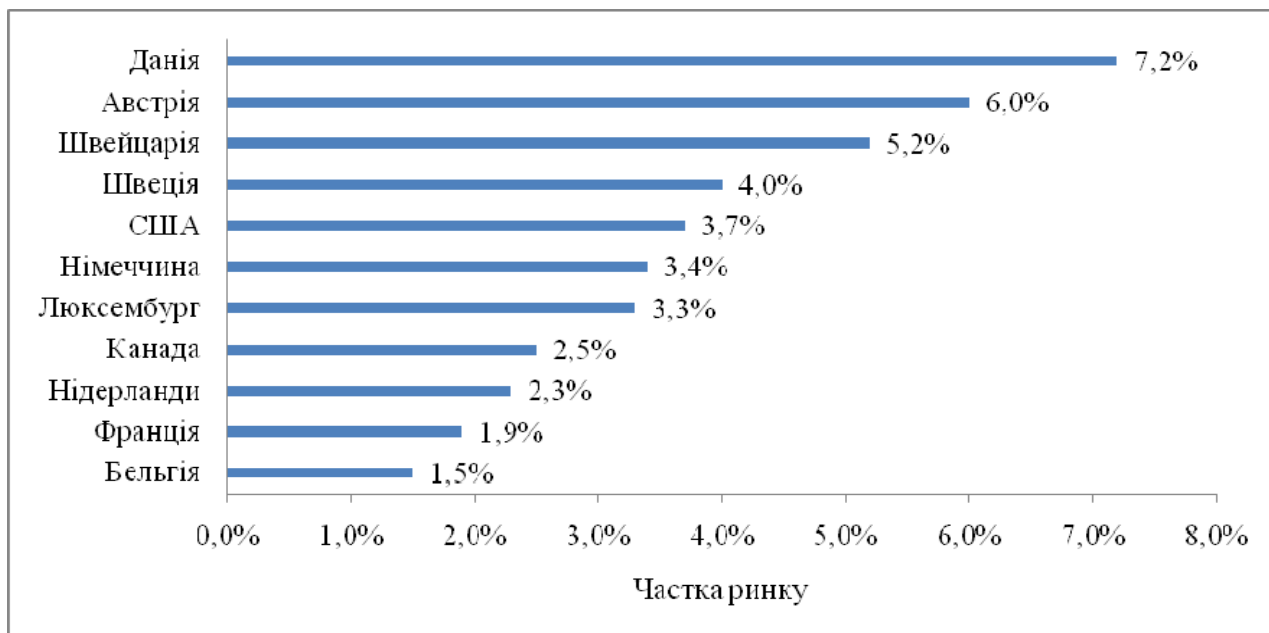


Рис. 3. Продаж органічної продукції в світі за 2010 рік

Джерело: FiBL & IFOAM Survey 2011.

Висновки. На нинішній час частка органічної продукції на світовому ринку продуктів харчування становить 2%, а на ринку в межах Євросоюзу – 15%. При цьому найбільший попит на таку продукцію простежується у Німеччині, Італії та Франції. А Швейцарія посідає перше місце в Європі за споживанням органічної продукції на душу населення. За прогнозами експертів об-

сяги світового ринку органічних продуктів харчування можуть у 2020 р. становити 200-250 млрд дол. США.

Однак подальшого розвитку в цій сфері потребують питання переходу та практичного запровадження виробництва органічної продукції в країнах, які не входять до Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. І. Економіка аграрних підприємств: підруч. / В. І. Андрійчук. – 2-ге вид., доповн. та переробл. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
2. Бородачева Н. Спрос и предложение на рынке органических продуктов / Н. Бородачева // Агроперспектива. – 2004. – №9. – С.59-61.
3. Милованов Є. В. Органічне сільське господарство: перспективи для України / Є.В. Милованов // Посібник українського хлібороба. – 2009. – С. 257-260.
4. Шлапак В.О. Про вирощування екологічно чистої продукції в Україні [Електронний ресурс] / В.О. Шлапак. – Доступний з: <http://www.lol.org.ua>.
5. Sylvander B. and N.H.Kristensen. Organic Marketing Initiatives in Europe. Organic Marketing Initiatives and Rural Development., School of Management and Business, University of Wales, Aberystwyth, UK, 2005.
6. Добыш Г. Норвежские заметки / Г. Добыш, С. Гранде // Белорусское сельское хозяйство. – 2003. – № 9. – С. 40-42.
7. Kirchmann Holger. Organic Crop Production: Ambitions and Limitations / Springer, 2009. – 244 p.
8. Інтернет-ресурс: www.fibl.org

Стаття надійшла до редакції 26.11.2013 р.

* * *