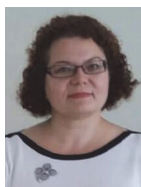

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ



В. М. БУТЕНКО, доктор економічних наук, доцент
кафедри економічної теорії
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
ORCID 0000-0001-8814-9392
E-mail: Butenkovera25@gmail.com



В. В. БАЙДАЛА, доктор економічних наук, професор
кафедри економічної теорії
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
ORCID 0000-0002-1532-2913
E-mail: baidalavika@gmail.com



А. І. ТОЮНДА, студентка факультету
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
E-mail: anna3421touynda@gmail.com

Анотація. Такі проблеми, як погіршення стану навколишнього природного середовища, зниження якості життя та необхідність задовольнити потреби споживачів у екологічно чистих продуктах харчування визначають актуальність розгляду формування ринку органічної продукції. Метою статті є розгляд історії розвитку, аналіз світового досвіду та тенденцій функціонування ринку органічної продукції для вироблення механізмів, які будуть сприяти розвитку цього сегмента ринку в Україні. У статті розглядається історія розвитку органічного землеробства, основні його етапи та значимі події. Визначено, що виробництво органічної продукції у сучасному трактуванні сформувалося наприкінці XIX – на початку XX ст., та набуло свого поширення у 80-х роках XX ст. Авторами проаналізовано сучасний стан ринку органічної продукції у країнах, котрі займають лідируючі позиції на світовому рівні. Розглядаються особливості формування цього ринку в країнах Європейського Союзу, де площі органічного землеробства складають приблизно 7,5 % площі сільськогосподарських угідь. Зроблено аналіз обсягів споживання органічної продукції у країнах світу. Визначено, що лідером у виробництві та споживанні органічної продукції виступають США, Німеччина, Франція, Італія, Китай. Окрема увага приділена питанням функціонування ринку органічної продукції в Україні. Визначено, що Україна займає лідируючі позиції за обсягами експорту органічної продукції на

світовому ринку. Але переважну частину такого експорту складає сировина. На основі світового досвіду розвитку ринку органічної продукції визначено основні механізми, застосування яких буде сприяти його подальшому розвитку в Україні.

Ключові слова: ринок органічної продукції, здорове харчування, органічне землеробство, споживання органічної продукції.

Актуальність.

В останні десятиліття інтенсифікація землеробства призвела до певних негативних наслідків. Завдяки надмірному застосуванню синтетичних засобів хімізації, численним обробкам хімічними засобами захисту рослин, порушенню технології їхнього використання, інтенсивному обробітку ґрунту, застосуванню глибокої оранки виникає цілу низку негативних екологічних наслідків. Ще однією актуальною проблемою є зменшення в продукції рослинництва вмісту вітамінів і мікроелементів і накопичення в продуктах харчування шкідливих речовин (нітратів, пестицидів, гормонів, антибіотиків тощо). Відповідно до оцінки Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO) понад півмільйона тонн заборонених, таких, що вийшли з ужитку та незатребуваних пестицидів сьогодні, загрожують навколишньому природному середовищу, здоров'ю людини і скорочують тривалість життя [1]. Перераховані проблеми потребують альтернативного рішення, яким стало запровадження біоекономіки, а система органічного сільського господарства та розвиток ринку органічної продукції є її важливими складовими. Світовий ринок екологічно чистих продуктів динамічно й активно розвивається в усьому світі, особливо впродовж останніх двох десятиліть. Сьогодні органічним сільським господарством займаються 160 країн світу. Тому актуальним є розгляд

історії становлення та аналіз світового досвіду розвитку ринку органічної продукції для вироблення механізмів його розвитку в Україні та забезпечення розвитку біоекономіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідження проблем в сфері органічного агровиробництва в Україні знайшли відображення у працях багатьох вітчизняних вчених. Зокрема, оцінку сучасного рівня органічного виробництва в контексті екологічного сталого розвитку сільських територій України здійснювали М. Стегней [2] та Є. Милованов [3]. Економічні, правові, організаційні питання розвитку органічного виробництва аграрної продукції в Україні в умовах глобалізації сучасної економіки розглядав у своїх роботах О. Ходаківський [4]. Аналіз вдосконалення екологічного управління розвитком виробництва органічної продукції в АПК України здійснено у роботах О. Корніцької [5]. Державну політику у сфері розвитку органічного виробництва розглядав Ю. Кирилов [6]. Невирішеними питаннями залишаються визначення основних механізмів розвитку ринку органічної продукції в Україні на основі аналізу досвіду зарубіжних країн.

Метою дослідження є розгляд світових тенденцій функціонування ринку органічної продукції та розроблення основних заходів його подальшого розвитку в Україні.

Результати дослідження та їх обговорення.

Органічне землеробство має глибокі коріння. Можна вважати, що органічне сільське господарство було започатковано більше 12 тис. років тому, адже саме в цей час почало формуватися землеробство. Наступний етап приходить на XVIII ст., у цей період було російським вченим А. Т. Болотовим було розроблено принцип ведення сільськогосподарського виробництва «у злагоді з природою», основною особливістю якого було те, що виробництво органічної продукції залежить від природно-кліматичних умов [7;8].

Наприкінці XIX на початку XX ст. сформувалася теорія, яка ґрунтувалася на нових досягненнях біологічної науки, які використовувалися для усунення побічних ефектів від застосування штучних добрив та хімікатів. Уперше поняття органічного сільськогосподарства було використано в 1940 році В. Нортборном у роботі «Look to the Land», що в перекладі означає «Покладатися на землю» [8].

У 80-х роках XX ст. були сформовані перші «Базові стандарти IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) щодо органічного виробництва та переробки», розроблені методи ведення органічного сільськогосподарства у Швейцарії, а в червні 2008 року Генеральна Асамблея IFOAM ратифікувала визначення органічного сільськогосподарства як системи виробництва, яке підтримує здоров'я ґрунту, екосистеми й людей. Ця система спирається на екологічні процеси, біорізноманіття й цикли, які адаптовані до місцевих умов, включає в себе традиції, інновації та науку, щоб у резуль-

таті зробити істотний внесок у захист довкілля і просувати принципи чесних взаємовідносин і високої якості життя для всіх учасників [9].

Упродовж останніх десятиліть органічне виробництво набуває більших масштабів, тому в 1991 році ЄС визначає загальні принципи ведення органічного сільськогосподарства. На початку XXI ст. органічна продукція набуває популярності в Японії, тому у 2000 році країна затверджує японські сільськогосподарські стандарти, які визначають за необхідне проведення сертифікація для виробників, які орієнтуються на органічний внутрішній ринок для реалізації своєї продукції.

У 2002 році єдині стандарти (правила сертифікації) для органічної продукції вирішили запровадити і США. Важливим етапом у розвитку світового ринку органічної продукції став укладений у 2012 році договір між ЄС і США про захист органічних стандартів і полегшення процедури імпорту/експорту органічної продукції, у якому зазначено, що сертифікована продукція може продаватися в обох регіонах без проходження додаткової сертифікації. Упродовж багатьох років лідером виробництва органічної продукції залишаються США. Ринок органічної продукції Сполучених Штатів Америки є найбільшим у світі й досягнув майже 38,9 млрд дол за підсумками 2016 року [10].

Виробництво органічної продукції також є важливим пріоритетом і в країнах Європейського Союзу. Площі, на яких вирощується органічна продукція в Європейському Союзі, зросли на 6,0 % у 2017 році та на 7,6 % у 2018 році, перевищивши 13,8 мільйона га. Фактично, у 2018 році площі органічного землеробства складають приблизно 7,5 % площі сільськогосподарських угідь, що використовуються в ЄС (у 2017 році – 7,2

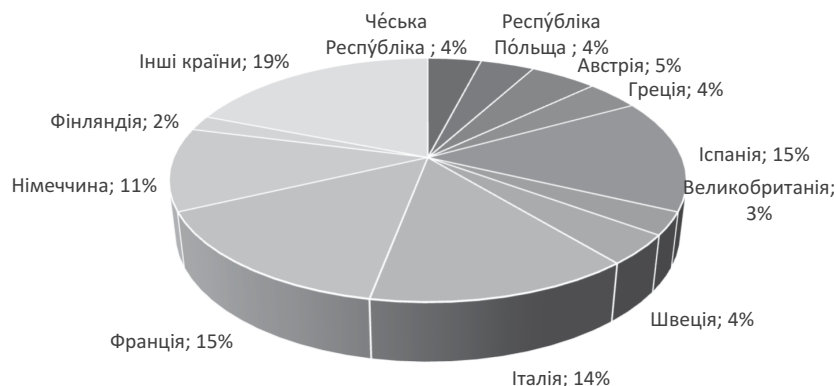


Рис. 1. Розподіл площ органічного виробництва в країнах Європейського Союзу

відсотків); 56 % площ органічного виробництва ЄС зосереджено в чотирьох країнах: Іспанія (16 %), Франція (15 %), Італія (14 %) та Німеччина (11 %) (рис.1). Ці країни займають лідируючі позиції за кількістю органічних ферм: Італія (21 %), Франція (13 %), Іспанія (12 %) та Німеччина (10 %). Усього ж на кінець 2018 року в ЄС було зафіксовано 325 306 органічних ферм (їхня кількість порівняно з 2017 роком збільшилась на 4,9 %).

В Україні у 2017 році частка земель під органічним виробництвом у загальній площі сільськогосподарських угідь

складала лише 0,7 %, що свідчить про невисокий рівень розвитку виробництва органічної продукції [12].

Аналіз ринку органічної продукції в ЄС показав, що його обсяг за період із 2004 до 2017 року збільшився майже учетверо. Основними причинами такого зростання є те, що споживачі ЄС дедалі більш зацікавлені в сталому розвитку та усвідомлюють зв'язок між продуктами харчування та здоров'ям. На рис. 2 проілюстровано обсяги споживання органічної продукції в країнах Європейського Союзу.

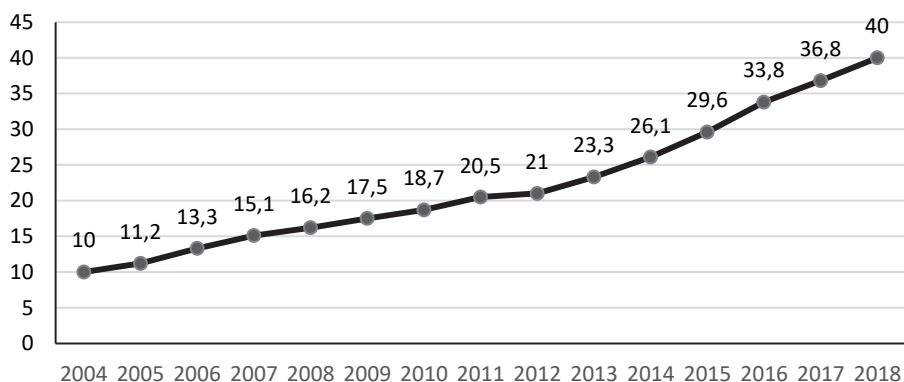


Рис. 2. Споживання органічних продуктів в країнах Європейського Союзу (млрд євро)

Як видно із рисунку 2, споживання органічної продукції в країнах ЄС постійно зростає. Зокрема, у 2018 році обсяги споживання даної продукції становили понад 40 млрд євро, що на 8,7% більше порівняно з 2017 роком. За даними Agence BIO 68% органічної продукції (за вартісними показниками) було спожито в 4 країнах: Німеччині, Франції, Італії та Швеції (рис. 3)

Необхідно зазначити значне зростання частки органічних продуктів у загальному попиті на продукти харчування у в низці країн ЄС, особливо в Данії та Швеції. Зокрема в Данії цей показник є найвищим і складає 11,5% у загальних витратах на продукти харчування.

У 2019 році Європейський Союз імпортував 3,24 мільйона тонн органічної продукції, приблизно стільки ж, скільки у 2018 році. Проте провідною країною-імпортером продукції є Китай, обсяг якої складає 433 тис. тонн, а органічна соєва мука на корм для тварин є основним продуктом та складає 77% усього китайського імпорту. Органічна продукція українського виробництва (в основному пшениця та інші крупи) складає де-

сяту частину органічного імпорту ЄС обсягом 338000 тонн. Завдяки імпорту бананів та інших тропічних продуктів Домініканська Республіка, Еквадор та Перу займають третє, четверте та п'яте місце серед імпортерів ЄС [13].

Ринок органічної продукції в Німеччині за останні 19 років зріс майже у 6 разів, досягнувши у 2019 році 11,97 млрд євро. Четверту частину нової продукції, представленої на німецькому ринку складає органічна продукція. Більше половини споживачів у цій країні зазначають, що надають перевагу саме органічній продукції, тому «органічна етикетка» має великий вплив на їхнє рішення щодо придбання продуктів харчування. У Німеччині основними каналами продажу органічної продукції є супермаркети та аптеки. Зокрема, у 2018 році в країні було майже 2600 магазинів органічної продукції, включно з понад 600 супермаркетами, приблизно 1200 магазинами здорового харчування та більше 300 магазинами великих органічних виробників. Незважаючи на зменшення кількості органічних магазинів у 2018 році (приблизно на 50), загальна торговельна площа зросла на 1,4%, досягнувши понад 664 000 м².

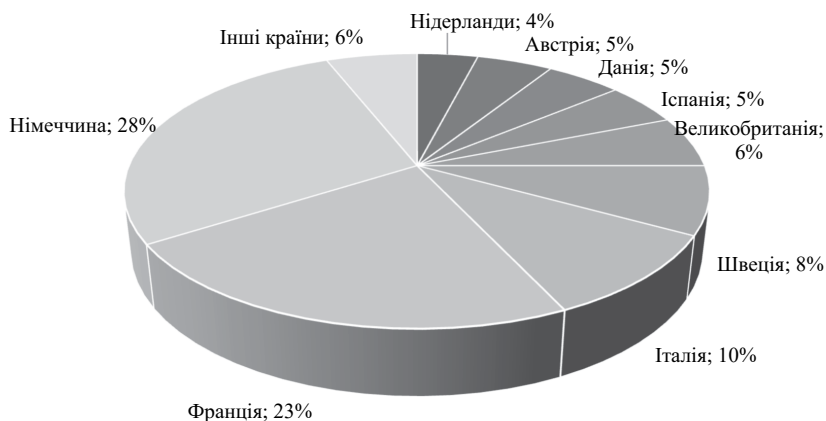


Рис. 3. Частка ринку органічних продуктів в Європейському Союзі в 2017 році

Обсяг ринку органічної продукції в Китаї у 2019 році становив 3,3 млрд дол, що складає приблизно 7,0 % світового попиту. Однак витрати на душу населення в розмірі 2,43 дол свідчать про те, що органічні продукти в Китаї все ще відносяться до нішевої категорії. Незважаючи на це, у Китаї посилюється акцент на важливості органічних продуктів серед підростаючого покоління, відбувається зростання попиту на органічне дитяче харчування, усе більшою кількістю населення сприймаються та підтримуються тенденції здорового харчування та турбота про здоров'я, тому очікується, що розмір ринку органічної продукції до 2024 році досягне 5,5 млрд дол. Взагалі, у 2019 році в Китаї річний темп зростання органічного ринку склав 9,8 %, що перевищує темпи зростання в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (8,0 %), а також глобальний річний темп зростання (5,0 %) [14].

У Канаді лідерами на ринку органічної продукції виступають три компанії: Agropur Co-Operative Agro-Alimentaire, яка займає 8,4 % цього ринку, Artisanal з долею ринку в розмірі 5,6 % та Nature's Path Foods Inc з часткою 4,5 %, що свідчить про високий рівень конкуренції цього ринку. Загалом у 2019 році обсяг ринку органічної продукції в країні склав 1518,1 млн дол, що на 5,4% більше, ніж у попередньому році. Планується зростання вартості ринку органічної продукції у Канаді у 2020 році приблизно на 7 %.

Досить розвинутим є ринок органічної продукції в Тайвані. Ця країна висуває досить жорсткі вимоги до імпортованої органічної продукції, укладаючи із країнами-імпортерами угоду про еквівалентність органічних речовин. З органічних продуктів, вве-

зених на Тайвань у 2019 році, 52,9 % надходили з ЄС, 18,8 % із США, 10,3 % з Канади, 8,9 % з Австралії та 7,2 % з Нової Зеландії. Понад 86 % тайванських споживачів віддають перевагу органічним фруктам та овочам, а загальний обсяг продажу органічної продукції у 2019 році склав понад 90 млн дол. [15].

Фактично на вітчизняному ринку досить незначну частку складає органічна продукція. Споживання органічної продукції за даними Федерації органічного руху в Україні складала лише 29,4 млн грн у 2017 році [3]. Сьогодні в Україні працює приблизно 400 органічних сільськогосподарських виробників. Країна займає 20 місце у світі та 11 в Європі за площею сільськогосподарських угідь під органічним виробництвом. Утім, частка органічного землеробства зростає: за останні 5 років площі сільськогосподарських угідь зросли на 54 %, до 421,5 тис. га. Із них 48,1% зайняті під вирощуванням зернових (7 місце серед країн-виробників органічних зернових). Понад 16 % займають олійні (5 місце у світі), 4,6 % – бобові (7 місце). Під овочами зайнято 2 % угідь (10 місце), а під фруктами – 0,6 % [16].

Проблеми просування органічної продукції на українському ринку пов'язані насамперед із нерозумінням споживачами високої ціни на неї й недооцінкою переваг цієї продукції. Незважаючи на появу деяких магазинів, які позиціонують себе, як продавців екологічно чистої продукції, торгова мережа органічної продукції є нерозвинутою. Нажаль, виробництво органічної продукції орієнтовано на міжнародний ринок. Україна експортує свою органічну продукцію та сировину більш, ніж у 40 країн світу, насамперед до країн Європейського Союзу

та Північної Америки. Загалом, у 2016 році обсяг органічної продукції, експортованої з України, склав приблизно 300 тис. т на суму понад 65 млн дол., а у 2017 році цей показник зріс уже до 99 млн дол. У 2019 році Україна посіла 2 місце за обсягами імпортованої органічної продукції до ЄС серед 123 країн (337,9 тис. т). Але оскільки Україна експортує в переважній більшості сировину, яка є набагато дешевшою, ніж готова продукція, то за вартісними показниками – виторгом від реалізації, країна займає незначну частку. Найбільші обсяги української сертифікованої органічної продукції експортують до Австрії, Бельгії, Болгарії, Великої Британії, Італії, Нідерландів, Німеччини, Польщі, США, Угорщини, Чехії та Швейцарії. Українські виробники також уже мають досвід експорту органічних продуктів до Канади, Австралії, Китаю, Малайзії, ОАЕ та деяких інших країн Азії. В основному експортуються зернові, олійні та бобові культури, соняшникова олія та дикороси (насамперед ягоди і гриби) [16]. В Україні реалізується лише десята частина виробленої органічної продукції. Загалом внутрішній ринок органічної продукції в Україні оцінюється у 21 млн євро, а в розрахунку на одного споживача становить €0,68, тоді як у світі €10-11 [16]. Світовий досвід показує, що найбільш поширеними каналами продажу органічної продукції є невеликі магазини. Як правило, ці магазини продають продукцію або власного виробництва, або відомих брендів (органічних асоціацій). Проте такі магазини часто страждають від посиленої конкуренції з боку великої роздрібної торгівлі. Слабкими сторонами таких органічних магазинів є незначна диференціація від звичайних супермаркетів, конкуренція між брендами за цінами, відсутність

комунікацій, незначна кількість інновацій у продуктах, відсутність стратегії для залучення лояльних клієнтів, штат часто недостатньо кваліфікований, занадто слабкі зв'язки з виробниками, незначне розповсюдження інформації про позитивні властивості органічної продукції серед споживачів тощо.

Для розвитку ринку органічної продукції в Україні, на нашу думку, необхідно запровадити такі заходи: 1) державна закупівля органічних продуктів вітчизняних товаровиробників для потреб шкіл, дитячих садків та інших соціальних об'єктів; 2) субсидування закупівель екологічно чистих органічних продуктів малозабезпеченим населенням (наприклад, система цільових ваучерів на покупку органічних продуктів); 3) підвищення інтересу споживачів до натуральних продуктів через проведення цілеспрямованої PR-кампанії в засобах масової інформації, спрямованої на інформування про переваги органічної продукції, роз'яснення зв'язку стану здоров'я із здоровим харчуванням, пропаганду здорового способу життя. Одним із способів формування обізнаності громадськості можуть стати освітні програми для споживачів, спрямовані на пропаганду національного логотипу органічних продуктів; 4) посилення ролі об'єднаних територіальних громад у розвитку регіонального ринку органічної продукції. Зокрема, це акцентування уваги на зміцненні довіри до місцевої регіональної продукції. Якщо в регіоні користується популярністю продукція місцевих виробників, то органічному господарству легше налагодити збут через усталені комунікації (невеликі відстані, відоме походження товару, особисті контакти, хороша репутація тощо); 5) проведення семінарів, конференцій, а також робота інфографіки та інших матеріалів,

присвячених органічній продукції, можуть стати ефективним інструментом з інформування споживачів про переваги органічних продуктів харчування, а також допоможуть пояснити, чому варто віддавати перевагу саме цим продуктам; 6) товаровиробникам для підвищення попиту на органічну продукцію доцільно проводити презентації своєї продукції на ярмарках, виставках (з можливістю дегустації), застосовувати дисконтні знижки та програми лояльності для споживачів, розширювати асортимент продукції, залучати більш кваліфікований персонал, забезпечувати більш раціональне розміщення торгових точок та освоювати нові канали збуту (наприклад, через інтернет). Також у якості інструменту просування органічної продукції на українському ринку пропонуємо створення при магазині органічної продукції ресторанної зони, що сприятиме залученню додаткових клієнтів.

Висновки і перспективи.

Аналіз світових тенденцій ринку розвитку виробництва органічної продукції свідчить про зростаючу зацікавленість споживачів в екологічно чистих продуктах харчування, тому виробництво органічних продуктів є важливим стратегічним напрямом розвитку в багатьох країнах світу. Незадоволеність вітчизняних споживачів якістю продуктів харчування та зацікавленість їх у поліпшенні здоров'я, наявність великої ресурсної бази, включно із землями і природними умовами, сприятливими для вирощування органічної продукції, існуючим досвідом вітчизняних виробників свідчать про наявність практично нереалізованого, але значного потенціалу розвитку ринку ор-

ганічної продукції, який можна реалізувати, запровадивши низку заходів.

Список літератури:

1. Achievement of sustainable growth in agriculture. FAO Agriculture Department. URL: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/i0765r/i0765r08.pdf>.
2. Стегней М. Сучасний рівень органічного виробництва в контексті екологічного сталого розвитку сільських територій. Економіст. 2014. № 11. с. 49-52. URL: <https://dSPACE.organic-platform.org/xmlui/handle/data/153>.
3. Милованов Є. Значення органічного сільського господарства у системі розвитку сільських територій. URL: http://organic.com.ua/wp-content/uploads/2019/10/organic_ta_rozvytok_sil'skykh_terytoriy.pdf.
4. Ходаківський О. В. Розвиток вітчизняного органічного сектору в умовах глобалізації економіки. URL: <https://dSPACE.organic-platform.org/xmlui/handle/data/173>
5. Корніцька О. І. Екологічні та соціально-економічні передумови розвитку виробництва органічної продукції. URL: <https://dSPACE.organic-platform.org/xmlui/handle/data/170>.
6. Кирилов Ю. Є. Проблеми та перспективи розвитку органічного виробництва в Україні. URL: <https://dSPACE.organic-platform.org/xmlui/handle/data/175>.
7. Мамалига С. В., Ковальчук І. В. Світове органічне виробництво: історичний розвиток та сучасний стан. Економіка. Фінанси. Право. 2016. №11. С. 26-32.
8. Этапы развития органического движения в мире. URL: http://organicinfo.ua/ru/etapy_razvitiya_organicheskogo_dvizheniya_v_mire.html.
9. Хасанова С. А. Современные тенденции развития органического производства сельскохозяйственной продукции. Опыт Германии. Научный журнал КубГАУ. 2015. № 106. С. 2–17.

10. Willer H., Lernoud J. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging trends. FiBL&IFOAM - Organic International. Germany : Medienhaus Plump. 2018. 348 p.
11. Agence BIO (Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique. URL: <https://www.agencebio.org/vos-outils/les-chiffres-cles/>.
12. Organic agriculture: a step of the countries of Eastern Europe, Caucasus and Central Asia towards a green economy. Instaprint, Geneva, Switzerland. URL: http://organic.ua/images/unep_organic_ru_v2.pdf.
13. European Union: 2019 organic import statistics now available. Organic Trade Association. <https://globalorganictrade.com/reports>
14. Food and Agriculture Import Regulations and Standards (FAIRS) Report. International Organic Trade Resource Guide. URL: https://globalorganictrade.com/import-information/country_page/4332.
15. Organic in Taiwan: More than half of imports under threat due to EU policy dispute. <https://www.foodnavigator-asia.com/article/2020/06/29/organic-in-taiwan-more-than-half-of-imports-under>.
16. Ринок органічної продукції України-2018: стан і виклики. URL: <https://agropolit.com/blog/313-rinok-organichnoyi-produktsiyi-ukrayini-2018-stan-i-vikliki>.
3. Mylovanov Ye. Znachennia orhanichnoho silskoho gospodarstva u systemi rozvytku silskykh terytorii [The importance of organic agriculture in the system of rural development]. URL: http://organic.com.ua/wp-content/uploads/2019/10/organic_ta_rozvytok_silskykh_terytoriy.pdf
4. Khodakivskiy O.V. Rozvytok vitchyznianoho orhanichnoho sektoru v umovakh hlobalizatsii ekonomiky [Development of the domestic organic sector in the context of economic globalization]. URL: <https://dspace.organic-platform.org/xmlui/handle/data/173>
5. Kornitska O.I. Ekolohichni ta sotsialno-ekonomichni peredumovy rozvytku vyrobnytstva orhanichnoi produktsii. [Ecological and socio-economic prerequisites for the production of organic products]. URL: <https://dspace.organic-platform.org/xmlui/handle/data/170>
6. Kyrylov Yu.Ye. Problemy ta perspektyvy rozvytku orhanichnoho vyrobnytstva v Ukraini. [Problems and prospects of organic production development in Ukraine]. URL: <https://dspace.organic-platform.org/xmlui/handle/data/175>
7. Mamalyha S.V., Kovalchuk I.V. (2016). Svitove orhanichne vyrobnytstvo: istorychnyi rozvytok ta suchasnyi stan. [World organic production: historical development and current state]. *Ekonomika. Finansy. Pravo.* №11. P. 26-32.
8. Etapyi razvitiya organicheskogo dvizheniya v mire. [3. Stages of development of the organic movement in the world]. URL: http://organicinfo.ua/ru/etapyi_razvitiya_organicheskogo_dvizheniya_v_mire.html.
9. Hasanova S.A. (2015). Sovremennyye tendentsii razvitiya organicheskogo proizvodstva selskohozyaystvennoy produktsii. Opyit Germanii. [Modern trends in the development of organic production of agricultural products. German experience]. *Nauchnyy zhurnal KubGAU.* № 106. P. 2–17.
10. Willer H., Lernoud J. (2018). The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging trends. FiBL&IFOAM - Organic International. Germany : Medienhaus Plump. 348 p.

Referenses

1. Achievement of sustainable growth in agriculture. FAO Agriculture Department. URL: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/i0765r/i0765r08.pdf>.
2. Stehnei M. (2014) Suchasnyi riven orhanichnoho vyrobnytstva v konteksti ekolohichnoho staloho rozvytku silskykh terytorii [The current level of organic production in the context of ecological sustainable development of rural areas]. *Ekonomist.* №11. P. 49-52. URL: <https://dspace.organic-platform.org/xmlui/handle/data/153>.

11. Agence BIO (Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique. URL: <https://www.agencebio.org/vos-outils/les-chiffres-cles/>.
12. Organic agriculture: a step of the countries of Eastern Europe, Caucasus and Central Asia towards a green economy. Instaprint, Geneva, Switzerland. URL: http://organic.ua/images/unep_organic_ru_v2.pdf.
13. European Union: 2019 organic import statistics now available. Organic Trade Association. <https://globalorganictrade.com/reports>.
14. Food and Agriculture Import Regulations and Standards (FAIRS) Report. International Organic Trade Resource Guide. URL: https://globalorganictrade.com/import-information/country_page/4332.
15. Organic in Taiwan: More than half of imports under threat due to EU policy dispute. (2020). URL: <https://www.foodnavigator-asia.com/article/2020/06/29/organic-in-taiwan-more-than-half-of-imports-under>.
16. Rynok orhanichnoi produktsii Ukrainy-2018: stan i vyklyky. [The market of organic products of Ukraine in 2018: the state and challenges]. URL: <https://agropolit.com/blog/313-rinok-organichnoyi-produktsiyi-ukrayini-2018-stan-i-viklyki>

V. Butenko, V. Baidala, A. Toiunda (2020). TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE ORGANIC PRODUCTS MARKET. БІОЕКОНОМІКА ТА АГРАРНИЙ БІЗНЕС, 11(4): 15-24. <http://doi.org/10.31548/bioeconomy2020.04.002>

Abstract. *Problems of the environmental degradation, declining life quality and the need to meet the needs of consumers in organic food determine the relevance of research the market of organic products.*

The purpose of the article is the consideration of the development history, analysis of world experience and trends in the market of organic products in order to develop mechanisms that will contribute to the development of this market segment in Ukraine. There are considered the history of the development of organic farming, its main stages, and significant events in this article. It is determined that the production of organic products was formed in the late nineteenth and early twentieth centuries in the modern interpretation and get widespread in the 80s of the twentieth century. The authors analyze the current state of the market of organic products in countries that have leading positions in the world. The special features of the formation of this market in the EU, where the area of organic farming is about 7.5% of the area of agricultural land, are considered. The analysis of volumes of consumption of organic products in the different countries is done. It is determined that the leaders in the production and consumption of organic products are the United States, Germany, France, Italy, China. Special attention is paid to the functioning of the market of organic products in Ukraine. It is determined that Ukraine has a leading position in exporting of organic products to the world market. But the vast majority of such exports are raw materials. Based on the world experience of organic market development, the main mechanisms have been identified. Its application will help to further development of organic market in Ukraine.

Keywords: *market of organic products, healthy food, organic farming, consumption of organic products*