

Напрям 6. МАРКЕТИНГ І ВІДПОВІДАЛЬНЕ ХАРЧУВАННЯ В СТАЛИХ ХАРЧОВИХ ЛАНЦЮГАХ

МАРКЕТИНГ ОРГАНІЧНИХ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОМПЛЕКСУ ВІДПОВІДАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ В СТАЛИХ ХАРЧОВИХ ЛАНЦЮГАХ: ДОСВІД УКРАЇНИ ТА СВІТУ

Шапоренко О.О.

**Голова Комітету Органічного Маркетингу
Української Асоціації Маркетингу, член ради
Української Асоціації Маркетингу, член правління
Спільки Рекламистів України, член робочої групи з
питань розвитку сфери органічного виробництва при
Міністерстві аграрної політики та продовольства
України, м. Київ, Україна**

Серед ключових цілей сталого розвитку є подолання голоду, та досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування та сприяння збалансованого розвитку сільського господарства. Саме органічні харчові продукти відповідають усім, вище зазначеним вимогам, оскільки органічними харчовими продуктами є продукти, які виробляються без використання досягнень хімічної промисловості, без мінеральних добрив, гербіцидів, пестицидів. У органіці контролюється весь процес: від сировини до вже упакованого продукту, який потрапляє на полиці магазинів. В органічному виробництві, свідомо, не використовуються: ГМО, барвники, стабілізатори, згущувачі, заміна молочного жиру на рослинні жири,

Для боротьби зі шкідниками застосовуються фізичні та біологічні методи: ультразвук, шум, світло, пастки, температурні режими.

Загальна кількість сільсько-господарських земель у світі складає 76,4 млн. га., протягом 2020-2021 років спостерігалось зростання на 1,7%, від загальної кількості, серед них, 422 299 га. (1% від загальної площі Українських земель сільськогосподарського призначення) належать Україні.

Кількість органічних виробників у світі складає 3,7 млн., протягом 2020-2021 років, спостерігалось зростання на 4,9%, Загальна кількість Українських органічних операторів становила 528, включаючи 418 сільськогосподарських виробників.

Світовий ринок органічних продуктів складає понад 124,8 млрд. (Рис 1.)

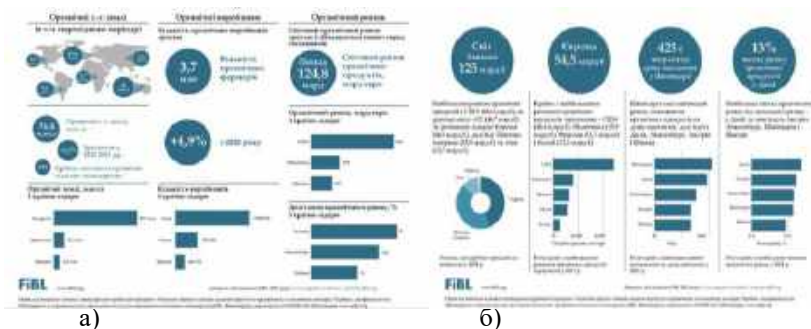


Рис. 1. Стан органічного ринку у світі: а) органічне сільське господарство; б) ритейл органічних харчових продуктів*

*Джерело: Дослідження FiBL станом на 2021 р. <https://www.fibl.org/>

В Україні протягом останніх років, спостерігається впевнений зріст споживчого інтересу до відповідального споживання органічних харчових продуктів, внаслідок чого відбувається розширення асортименту, серед основних видів продукції представленої у роздрібній мережі споживачі свідомо обирають органічне молоко та молочну продукцію, овочі, фрукти, гриби, круп'яні та зернові вироби, борошно, насіння, соки, напої, яйця, м'ясну продукцію, олію, прянощі та спеції, цукор та іншу продукція, до якої входять хлібобулочні вироби, вареники, пельмені, мед, шоколад та чай.

За даними Міністерстві аграрної політики та продовольства України У 2021 році в Україні реалізовано 9 780 тон органічної продукції власного виробництва на суму близько 900 млн. грн.(33 млн дол.)

Безумовні переваги органічних харчових продуктів, як важливої складової комплексу відповідального споживання в сталих харчових ланцюгах необхідно підживлювати відповідними маркетинговими комунікаціями, спрямованими на розширення аудиторії свідомих споживачів, внаслідок таких дій збільшиться попит, та виникне можливість розширення внутрішнього органічного ринку.