

НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ВЕДЕННЯ ОРГАНІЧНОГО АГРОВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Дудар Тарас Григорович, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН України, залужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри аграрного менеджменту і права Тернопільського національного економічного університету

Дудар Оксана Тарасівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій Тернопільського національного економічного університету

Поставника проблеми.

Стратегічно важливим інноваційним напрямом сталого розвитку вітчизняного сільського господарства, а відтак ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності його продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках є впровадження нових методів господарювання – органічного агровиробництва. Оцінка функціонування цього перспективного напрямку у сільському господарстві, його доцільності та майбутні прогнози для розвитку вітчизняного органічного ринку продукції та продуктів харчування набувають загальнодержавного характеру у контексті збереження здоров'я нації і навколишнього природного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню проблем еколого-спрямованого ведення аграрного сектора, ефективності органічних методів господарювання, формування ринку органічної продукції та продуктів харчування присвячені роботи вітчизняних вчених: В. Андрійчука, В. Артиша, В. Борисової, Н. Бородачевої, О. Бородіної, В. Вовка, Т. Зінчук, М. Капштика, М. Кропивка, Є. Милованова, І. Овсінського, О. Попової, О. Рудницької, П. Саблука, М. Стадник, В. Трегубчука, Р. Тринька, О. Царенка, М. Шикучи, В. Шлапака, О. Шубравської та ін. Їх наукові дослідження дозволили сформуванню системи знань, яка є науковим підґрунтям сучасних економічних поглядів на проблеми екологізації сільського господарства у контексті сталого розвитку агропродовольчої сфери України. Однак, у більшості наукових розробок розглянуті окремі аспекти цієї багатогранної проблеми, де практично відсутні комплексні наукові розробки щодо інтеграції суб'єктів агропродовольчого ринку в цілісну систему ведення органічного сектора України.

Мета дослідження.

Здійснити аналіз основних тенденцій розвитку вітчизняного органічного сектора та існуючих передумов для формування взаємовигідних економічних відносин між сертифікованими агроформуваннями та суб'єктами органічного агропродовольчого ринку і

на цій основі обґрунтувати логічно-сміслову модель щодо побудови інтеграційної системи ведення органічного агровиробництва в Україні.

Виклад основного матеріалу.

Системний аналіз основних аспектів еволюційності вітчизняного органічного сектора свідчить, що подальший розвиток органічного агровиробництва, формування повноцінного сегмента внутрішнього продовольчого ринку та розширення експорту органічних продуктів залежить від багатьох факторів різних рівнів і напрямів дії. Для дії окремих з них ще не створено відповідних передумов, але їх можна передбачити, використовуючи метод SWOT – аналізу (рис. 1).

Сформована нами матриця SWOT – аналізу (strength, weaknesses, opportunities and threats) щодо формування органічного агровиробництва у контексті екологізації сільського господарства України дає підстави стверджувати, що сильними сторонами цього інноваційного напрямку є перш-за все зростання ролі екологічно чистого агровиробництва у світі і динамічне розширення попиту на його продукцію та великий потенціал вітчизняного сільського господарства для розвитку органічного сектора і виробництва виробів продукції органічного походження.

На думку Т. Зінчук екологічно чисте виробництво виступає своєрідною умовою створення біотехнічної бази для людини та поліпшення здоров'я сільського населення в результаті зменшення забруднення земельних і водних ресурсів, повітряного басейну, збереження лісів та біологічного різноманіття [2, с. 304].

У глобальному масштабі позитивні перспективи розвитку виробництва й ринку органічної продукції в Україні, так звані сильні сторони, пов'язані з актуалізацією світової проблеми забезпечення безпеки харчування, яку не здатне вирішити традиційне сільське господарство і одночасно – з недостатнім задоволенням попиту на екологічно чисту продукцію з боку, насамперед, європейських споживачів.

Великий органічний агропродовольчий ринок відкривається у Німеччині, яка поставила за мету в найближчі 10 років збільшити частку виробництва екологічно чистих продуктів харчування з 3,3 до 20%, що буде відповідати обороту в 25 млрд. євро [4, с. 3]. На сьогодні населення Німеччини щорічно споживає різних органічних продуктів на загальну суму 2,6 млрд. дол. США при цьому у 2008 р. імпорт сировинних органічних продуктів становив 38% від загального обсягу, що споживалися в цій країні.



Рис. 1 Матриця SWOT – аналізу формування органічного агровиробництва у контексті екологізації сільського господарства України

Щоб покрити цю потребу, кожне друге німецьке сільськогосподарське підприємство повинно було б перейти на екологічне землеробство, оскільки при цій технології продуктивність і урожайність складають лише близько половини відповідних показників традиційного, інтенсивного землеробства. Така радикальна переорієнтація неможлива з фінансових, виробничо-економічних і трудових причин. Тому уряд Німеччини створив умови для задоволення попиту за рахунок імпорту. Слід зауважити, що до цієї категорії

імпорту належать: фрукти та овочі, крупи, сухофрукти, горіхи, мед, рослинні олії, тобто продукти, які можуть вироблятися як органічні й в Україні.

Для українських експортерів органічних продуктів привабливим є також ринок Росії. За оцінками російських соціологів, у їх країні стрімко зростає попит на екологічно чисті продукти: зокрема, в середньому більш як половина (а в найбільш високодохідних групах – і до 69%) москвичів готові платити за них вищу ціну [9, с. 60].

Вагомі потенціальні можливості для розвитку органічного сектора зосередженні в Україні, внаслідок наявності земельного потенціалу, який придатний для виробництва екологічно чистої продукції органічного походження. Проте за таких, цілком нібито сприятливих умов виникають серйозні труднощі для органічного сектора, адже вироблена продукція в органічних сільськогосподарських підприємствах спрямовується не на внутрішній агропродовольчий ринок, а переважно орієнтована на експорт у країни ЄС. В основному це рослинницька продукція – великотоварне виробництво зернових і олійних культур (озима пшениця, ярий ячмінь, жито, гречка, соняшник, соя). Дрібні товаровиробники через нерозвиненість внутрішнього ринку збуту продукції органічного походження змушені часто збувати сільськогосподарську продукцію споживачам на ринку за цінами продукції традиційного виробництва.

Вітчизняне сільськогосподарське органічне виробництво досі не має державної системи контролю, яка була б акредитована на національному і міжнародному рівнях. Тому можливості розширення збуту вітчизняних органічних продуктів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках обмежені не з боку товаровиробників, а через проблеми сертифікації продукції. Проте, ці можливості з часом можуть бути реалізовані, адже економічно розвинені країни не в змозі задовольняти потреби своїх споживачів власним обсягом виробленої органічної продукції. Вже зараз найкрупнішими імпортерами органічної продукції є США – 43%, Європейський Союз – 42%, Японія – 11% [7, с. 185].

Водночас слабкою стороною щодо розвитку органічного сектора, є відсутність базового Закону України “Про органічне виробництво”, що створює законодавчий вакуум у сферах виробництва, сертифікації й маркування органічної продукції. Слід зауважити, що формування і розвиток доволі перспективного органічного виробництва в Україні гальмується як відсутністю належної законодавчої бази, так і національної системи сертифікації. Внаслідок цього немає статусу екологічно чистої сільськогосподарської продукції і поки що не застосовується державою жодного економічного інструменту, який би сприяв виробництву і реалізації органічної екологічно чистої сільськогосподарської продукції, широкій популяризації серед населення здорового способу харчування.

Україну в 2007 р. прийнято в члени Міжнародної федерації органічного сільського господарства (IFOAM), що дало можливість розширити вітчизняний ринок екологічно чистої продукції сільськогосподарського виробництва на основі міжнародних стандартів, насичувати його безпечними й корисними для здоров'я продуктами харчування, а також підвищити рівень експорту органічної сертифікованої продукції.

Слід зазначити, що у світі поки що не існує єдиних міжнародних стандартів екологічного (органічного) сільськогосподарського виробництва. Вітчизняні сільськогосподарські підприємства, які займаються виробництвом органічної продукції, її експортом на зовнішні ринки інспектуються іноземними сертифікаційними органами, які працюють в Україні.

В основу сертифікації покладено базові стандарти Міжнародної федерації органічного сільського господарства (IFOAM), а процедура сертифікації здійснюється відповідно до стандартів органічного агровиробництва і маркування органічної сільськогосподарської продукції та продуктів харчування щодо ринку експорту. Індивідуальна сертифікація вітчизняних господарств, головним чином відбувається за стандартами ЄС (Постанови ЄС 834/2007, Постанови ЄС 889/2008), стандартами інших країн: NOP – національна органічна програма США, JAS – японські сільгоспстандарти, BIO SVISSE – приватні стандарти Асоціації Швейцарських організацій виробників органічної продукції.

Утворене в рамках Швейцарсько-українського проекту з розвитку ринку органічної продукції, ТОВ “Органік Стандарт” здійснює сертифікацію за приватними стандартами Міжнародної Асоціації учасників органічного виробництва “БІОЛан Україна”, а також за чинними міжнародними стандартами – Швейцарії, ЄС, США, Японії у відповідності із потребою та намірами виробника щодо ринку збуту органічної продукції.

У сільськогосподарських підприємствах діяльність компанії “Органік Стандарт” зосереджена на таких основних напрямках: сертифікація та інспектування рослинництва (зернові культури, олійні культури, овочево-баштанні культури, дикоростучі рослини, фруктові і ягідні культури, ефірно-олійні культури та ін.); сертифікація та інспектування тваринництва, що є дуже перспективним напрямом в органічному виробництві молока і м'яса; сертифікація земельних угідь.

Найбільша частка органічних аграрних формувань в Україні сертифікована згідно із стандартами ЄС – 57,5%, друге місце належить Асоціації “БІОЛан Україна” – 18,2%, третє – стандартам Національної органічної програми США – 12,1%, по 6,1% господарств сертифіковано на підставі японських сільськогосподарських стандартів (JAS) та приватних стандартів BIO SVISSE (Асоціації швейцарських організацій виробників органічної продукції).

В останні 2-3 роки аграрні підприємства, які проходять перехідний період до органічного виробництва пройшли індивідуальну сертифікацію за базовими стандартами ЄС – 87,5%, та за стандартами Асоціації “БІОЛан Україна” – 12,5%.

За даними компанії “Органік Стандарт” в Асоціації “БІОЛан Україна” у 2010 р. сертифіковану діяльність з виробництва і переробки органічної сільськогосподарської продукції практикували 47 підприємств, в тому числі 22 органічних аграрних підприємства, 16 агроформувань перехідного періоду, 7 підприємств з переробки сільськогосподарської продукції.

Сферою сертифікованої діяльності органічних підприємств і видів продукції, яку вони виробляють в основному є рослинництво, і лише в двох господарствах – тваринництво, в одному – бджільництво.

Зважаючи на значну палітру регіональних особливостей аграрного сектора України, слід відзначити, що сертифіковані органічні господарства, які виробляють сільськогосподарську продукцію органічного походження в переважній більшості спеціалізуються на вирощуванні озимої пшениці, ярого ячменю, жита, вівса, гречки, соняшнику, сої, доповнюючи вирощуванням інших сільськогосподарських культур. Глибокоспеціалізовані господарства АР Крим (МПП “Фенікс”, ТОВ “Арома-трейд”, ТОВ СНВП “Ефірмасло”) практикують вирощування та переробку ефіроолійної культури – лаванди. Окремі сільськогосподарські підприємства (ФГ “Лисоня Біо” Бережанського району Тернопільської області, СОК “Надія” Куликівського району Чернігівської області) вдало поєднують вирощування за органічними технологіями зернових і овочевих сільськогосподарських культур.

Дослідження показують, що процес становлення вітчизняного органічного сектора супроводжується не тільки відсутністю законодавчої бази, але й низкою таких негативних явищ як: низкою купівельною платоспроможністю населення; незахищеністю вітчизняного товаровиробника; згортанням ринкових процесів через перехід населення до “самозабезпечення”; недосконалістю виробничих, економічних, фінансових та організаційно-економічних партнерських стосунків між суб’єктами органічного агропродовольчого ринку.

Ці сили, а також зміни, що відбуваються в ринковому середовищі, безпосередньо зачіпають інтереси підприємств органічного сектора, оскільки саме завдяки партнерським зв’язкам вони отримують прибуток. Більше того, без надійних зв’язків не можуть отримувати належних прибутків і партнери органічних аграрних і переробних підприємств. Ця взаємозалежність партнерів в умовах становлення органічного сектора призводить до того, що відбувається конкуренція не просто між окремими однопрофільними органічними

сільськогосподарськими підприємствами, а між комплексами підприємств, які поєднанні між собою партнерськими зв'язками.

Перспективним напрямом налагодження економічних взаємовідносин між сертифікованими сільськогосподарськими і переробними підприємствами органічного сектора є створення формувань ринкового типу на основі горизонтальної і вертикальної інтеграції та кооперації. Тому, в сучасних умовах невизначеності щодо розвитку вітчизняного органічного сектора, значний стабілізуючий вплив могла б справляти дієва система інтеграції партнерів органічного агровиробництва (рис. 2).

Пропонована логічно-смілова модель інтеграційної системи органічного виробництва дасть змогу налагодити зв'язки для організаційного поєднання технологічно пов'язаних між собою різних видів діяльності з притаманними їм функціями з метою виробництва органічної сільськогосподарської продукції і доведення її до споживача, а також досягнення на цій основі вищих економічних результатів господарської діяльності. Посилення таких взаємовигідних партнерських зв'язків є закономірним явищем.

У процесі поглиблення суспільного поділу праці органічне сільське господарство самостійно не зможе забезпечувати умови щодо власного відтворення. Це зумовлено тим, що розвиток органічного агровиробництва великою мірою залежить від промисловості, що поставляє селу необхідні засоби виробництва: трактори, сільськогосподарські машини, обладнання для первинної переробки органічної продукції.

Невід'ємним структурним елементом інтеграційної системи органічного виробництва є незалежні структури регулюючого впливу: інспекція державного нагляду за дотриманням вимог органічного виробництва, служба контролю за дотриманням стандартів виробництва та сертифікації органічної сільськогосподарської продукції; незалежні експертні центри контролю якості продукції.

При їх формуванні заслуговує на увагу, використання позитивного досвіду нагромадженого в країнах ЄС, де системи органічного виробництва базуються на специфічних і точних вимогах до процесу сільськогосподарського виробництва, спрямованих на підтримку оптимального стану агроєкосистеми на соціальному, екологічному та економічному рівнях. Адже, вітчизняні товаровиробники, які ведуть сертифіковане органічне агровиробництво, прагнучи при цьому, щоб їх продукція реалізовувалась на ринку ЄС, мають знати і дотримуватись вимог вищезазначеного регулювання.

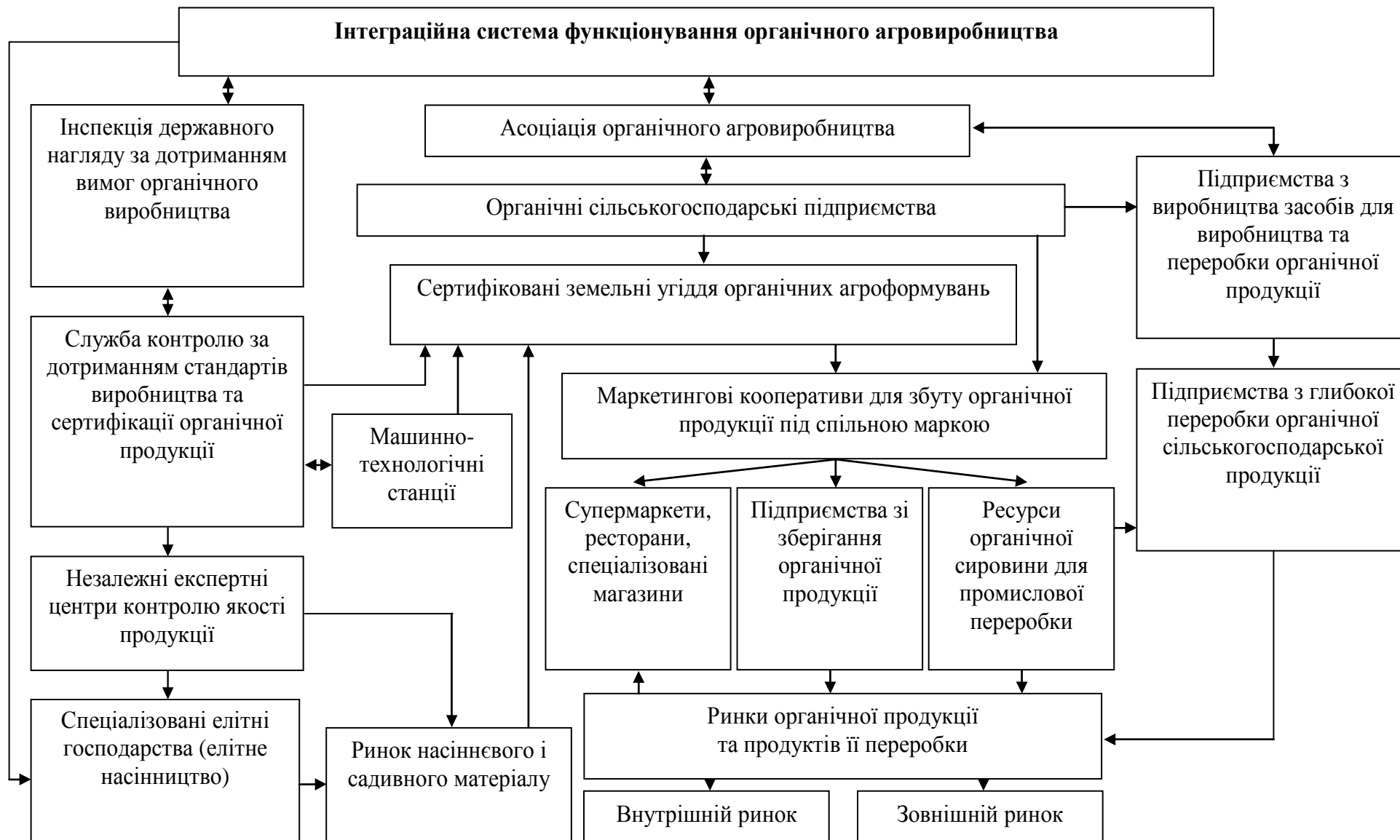


Рис. 2. Логічно-смыслова модель організації інтеграційної системи ведення органічного агровиробництва

У кожній країні ЄС систему сертифікації представляє третя незалежна сторона. Вона здійснює сертифікацію та контроль виробництва окремо від операторів ринку продукції органічного походження (фермерів, торгових посередників, переробних підприємств та імпортерів), залучених до органічного виробництва.

У Франції для забезпечення сертифікованого сільськогосподарського виробництва функціонують не тільки стандарти ЄС, але й національні постанови, які є значно суворішими по вимогах, ніж стандарти ЄС. У цій країні органічна продукція, в першу чергу, спрямовується на харчування дітей. За рішенням мерій в усіх школах Франції введено обов'язкове харчування школярів екологічно чистою органічною продукцією впродовж 2-3 днів, а в окремих – і протягом усього тижня [6, с. 21].

Структурно система міжнародного регулювання органічного сільського господарства об'єднує чотири складові, а саме – фермерів і переробників, тобто тих, хто власне виробляє органічну продукцію, органи інспектування або відповідного оцінювання, які підтверджують, що виробники дотримуються певних правил; систему контролю за інспекторами, тобто систему їх акредитації (як правило, це урядовий або приватний акредитований орган або їх об'єднання, що засвідчують компетентність інспекторів і відповідність їх діяльності певним вимогам); підсистему маркування, яка є практичним результатом усього зазначеного вище і вказує покупцеві на те, що продукція вироблялася згідно з встановленим механізмом [10].

Важливу роль у діяльності підприємств органічного агровиробництва у питаннях забезпечення ефективного збуту органічної продукції під спільною маркою повинні відіграти маркетингові кооперативи, яким разом із маркетинговими службами агроформувань належить забезпечувати співпрацю із супермаркетами, ресторанами спеціалізованими магазинами, лікарнями, підприємствами із зберігання органічної продукції, підприємствами які здійснюють глибоку промислову переробку сільськогосподарської продукції тощо. Зумовлюється це тим, що здійснення відповідних функцій, щодо пошуку ринків збуту продукції, їх аналізу, проведення переговорів, прогнозів подальшої ситуації у себе і у конкурентів, які особисто виконує товаровиробник є неефективними. В результаті збутова діяльність також стає неефективною.

Під маркетинговим кооперативом слід розуміти кооператив, який займається обслуговуванням наступних стадій процесу органічного виробництва і реалізації продукції для досягнення високих кінцевих результатів.

В інтеграційній системі органічного агровиробництва маркетингова діяльність сільськогосподарських кооперативів має свої характерні особливості. По-перше, товарна політика кооперативу проявляється в можливості реалізації своєї продукції під однією

товарною маркою, застосовуючи розширення асортименту та інноваційну політику. Це дозволяє бути конкурентоспроможним не лише на внутрішньому, а й на міжнародному ринках. По-друге, кооператив має специфічну систему ціноутворення, що дає можливість діяти на неприбутковій основі, надавати послуги за собівартістю та протистояти конкурентам, формуючи великі партії продукції. По-третє, кооператив забезпечує збут продукції своїх членів на вигідних ринках, переробляючи продукцію іншими шляхами, які сприяють оптимальному підвищенню ринкової цінності продукції членів кооперативу. По-четверте, кооперативи забезпечують виконання логістичних маркетингових функцій, здійснюючи планування, контроль і управління транспортуванням, зберіганням та іншими операціями в процесі реалізації продукції своїх членів відповідно до їх інтересів, що значно знижує витрати на збут їх продукції. По-п'яте, кооперативи, завдяки своїй демократичній природі, при формуванні маркетингових стратегій узгоджують маркетингові цілі кооперативу з його можливостями, вимогами його членів та кінцевих споживачів.

Особливості маркетингу та сільськогосподарської кооперації доводять, що виробнику самому не під силу вирішувати маркетингові проблеми самостійно, незалежно від того фермер, чи будь-яке інше сільськогосподарське підприємство відносно великих розмірів. Кожне вирішення такої проблеми передбачає наявність значних фінансових ресурсів та найм високопрофесійних спеціалістів-маркетологів. Тому вирішення цих проблем вбачаємо у застосуванні кооперації в сфері маркетингу.

У вирішенні проблем збуту органічної продукції можливі також інший альтернативний варіант. У Західному регіоні України, де переважає дрібна структура сільськогосподарського виробництва, можна запозичити позитивний досвід високорозвинутих і постсоціалістичних країн Європи, наприклад Польщі, щодо об'єднання груп сільгоспвиробників, переробних підприємств і торгових організацій у так звані маркетингові групи. Такі групи пов'язані з маркетингом лише одного виду агропродовольчих продуктів.

Маркетингові групи можуть стати ефективною формою співробітництва в сфері органічного сільськогосподарського виробництва, переробки і реалізації продукції з метою збільшення загального обороту в закупівлі і реалізації, уникнення індивідуальними виробниками ризику від коливання цін на ринку, гарантування членам групи стабільних середніх цін на їх продукцію, виходу на нові ринки збуту, зменшення непродуктивних витрат, проведення спільного маркетингу, гарантування оплати за продукцію у визначені терміни, сприяння розвитку виробництва продукції та матеріально-технічної бази господарств. Налагодження безпосередніх контактів між сільгоспвиробниками і споживачами, крім збуту продукції, дає ще чимало переваг. Зокрема, створює можливості

для зростання доходів шляхом елімінування посередників, а також одержання доходів із підготовки органічної продукції до продажу. Важливо те, що маркетингова група може зменшити залежність між органічним ринком та індивідуальним виробником, а пристосування до потреб ринку створюватиме ситуації, коли покупці будуть залежні від маркетингової групи та її поставок.

Вважаємо, що пропоновані нові маркетингові структури (маркетингові кооперативи, маркетингові групи) сприятимуть концентрації попиту і пропозиції, вигідній та своєчасній реалізації виробленої продукції за більш високими цінами, з максимально можливим прибутком, а також виступатимуть потужними генераторами врівноваження ринкових цін на органічну сільськогосподарську продукцію.

Цільові перспективні орієнтири щодо розвитку органічного агровиробництва вимагають також належної державної підтримки суб'єктів господарювання, перш за все, поліпшення фінансового забезпечення виробників органічних продуктів за рахунок як отримання ними урядових грантів, субсидій, кредитів, так і підвищення прибутковості їх діяльності.

Р. Тринько і М. Стадник вважають, що "... враховуючи фактичний фінансовий стан аграрних формувань, особливо на початкових стадіях організації виробництва екологічно чистої продукції, необхідна реальна державна підтримка здійснення страхового захисту нових технологій" [8, с. 27]. Вчені стверджують, що на технології виробництва екологічно чистої продукції повинні поширюватись усі преференції, які надаються виробництвам на інноваційних засадах.

Державна підтримка може значно активізувати процес запровадження органічних способів ведення агровиробництва. Особливо, необхідна вона в період конверсії, а також виявляється принагідною і в післяконверсійний період.

Висновки.

Таким чином, комплексна реалізація інтеграційних підходів для подальшого розвитку органічного агровиробництва створює можливості зміцнення позиції органічного сектора України, нарощування виробництва високоякісної натуральної продукції органічного агровиробництва та поліпшення навколишнього природного середовища.

Перелік використаних джерел

1. Артиш В.І. Розвиток світового ринку органічної продукції / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 113-116.

2. Зінчук Т.О. Європейська інтеграція: проблеми адаптації аграрного сектора економіки: монографія / Т.О. Зінчук. – Житомир: ДВНЗ “Державний агроекологічний університет”, 2008. – 384 с.
3. Кисіль В.І. Біологічне землеробство в Україні: проблеми і перспективи / В.І. Кисіль – Харків: Вид-во “Штрих”, 2000. – 161 с.
4. Манфред Грунд. Экологическое земледелие: новые шансы? Грунд Манфред // Новое сельское хозяйство. – 2001. – №3. – С. 3.
5. Милованов Є.В. Тенденції розвитку ринку української органічної продукції / Є.В. Милованов // Агроогляд – 2004. – № 4. – С. 68-71.
6. Нелеп В.М. Земля України і здоров’я нації // В.М. Нелеп, Л.В. Бойко // Економіка АПК. – 2011. – №1. – С. 20-27.
7. Попова О.Л. Сталий розвиток агросфери: політика і механізми / О.Л. Попова; НАН України, Ін-т екон. та прогнозув. – К.: 2009. – 352 с.
8. Тринько Р.І. Продовольча безпека: аналітична діагностика [монографія] / Р.І. Тринько – Львів, 2010. – 168 с.
9. Шубравська О. Ринок органічної продукції та перспективи його розвитку в Україні / О. Шубравська // Економіка України. – 2008. – № 1. – С. 53-61.
10. Strategy on Solution for Harmonizing International Regulation of Organic Agriculture. New York, Geneva, UN, 2006, p. 3.