

УДК 338.432:631

Стоволос Н.Б.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту в галузях АПК, Сумський національний аграрний університет, м. Суми

Формування і реалізація стратегії розвитку органічного виробництва АПК

Stovolos N.B.,

Ph.D., assistant professor of management in the fields of agriculture, Sumy National Agrarian University, Sumy

The formation and implementation of the strategy of organic production AIC

Анотація.

В статті проаналізовано умови формування і реалізації стратегії розвитку органічного виробництва АПК. Зазначено, що у широкому контексті органічне сільське господарство – це практична реалізація у сфері аграрного виробництва загальної концепції екологічно і соціально збалансованого розвитку. Зазначено, що для розвитку і поширення органічного виробництва в Україні необхідно чітко визначити правові, економічні, соціальні та організаційні основи ведення органічного сільського господарства. Реалізація стратегії має здійснюватись за допомогою організаційно-економічного механізму. Важливо дану стратегію інтегрувати з уже існуючими і діючими загальнодержавними економічними, соціальними і екологічними стратегіями і програмами. Зроблено висновки, що запропонована стратегія розвитку органічного виробництва, надасть змогу забезпечити системність процесу екологізації АПК.

Summary.

The article analyzes the conditions of formation and development strategy of organic production AIC. It is noted that in the general context of organic farming - a practical implementation in agrarian business general concept of environmentally and socially sustainable development. It is noted that the development and distribution of organic production in Ukraine should state the legal, economic, social and organizational basis keeping body agriculture. The strategy is implemented through organizational and economic mechanism. It is important to integrate with this strategy in existing and well functioning state economic, social and environmental policies and programs. The conclusion is that proposed strategy of organic production will enable to provide greening process AIC.

Ключові слова: органічне виробництво, стратегія, АПК, реалізація, розвиток.

Keywords: organic production, strategy, agroindustrial complex, realization, development.

Постановка проблеми. Органічна продукція та органічні продукти харчування є перспективним напрямом досягнення конкурентоспроможності АПК і підвищення рівня екологічної безпеки. До такої продукції відноситься така, яка виробляється з дотриманням наступних норм: без застосування повністю розчинних мінеральних добрив; із застосуванням альтернативних методів захисту від хвороб, паразитів та бур'янів; без застосування речовин, що прискорюють ріст та гормонів; без застосування генетично модифікованих організмів; без застосування іонізуючого випромінювання; з урахуванням біологічних та етіологічних потреб тварин; із використанням рослин та тварин, пристосованих до місцевих умов довкілля; без застосування небезпечних хімічних домішок; на основі відповідних міжнародних правил і системи директив.

Важливим моментом у формуванні стратегії розвитку органічного виробництва є врахування її практичної реалізації, яка багато в чому обумовлюється галузевими, ринковими, кон'юнктурними, регіональними особливостями.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Скидан О., досліджуючи історичну сутність аграрних перетворень різних періодів, виявляє інституціональний характер закономірностей проблематики реалізації аграрних реформ. На його думку, ефективне реформування аграрної сфери економіки стримували порушення принципу еволюційності її розвитку; незабезпеченість процесу реформування відповідними ресурсами, відсутність чітко визначеної стратегії розвитку галузі з відповідною інформаційною та юридичною підтримкою; ігнорування у державній політиці інерційного впливу неформальних інститутів на окремі реформаторські дії та необхідності формування нової модифікації ціннісних орієнтацій на селі [1].

Положенцева К. визначає стратегічні пріоритети розвитку АПК з урахуванням глобалізаційних процесів в економіці за такими напрямками: створення сприятливих умов інвестиційного забезпечення АПК, забезпечення розвитку інфраструктури аграрного ринку, впровадження досягнень сучасної науки в аграрне виробництво. Їх реалізація сприятиме ефективному використанню обмежених ресурсів підприємств комплексу, поліпшенню забезпечення населення України продуктами харчування і посиленню продовольчої безпеки країни [2].

Аналізуючи різні тлумачення терміну «органічне сільське господарство», слід цілком погодитись з думкою Берлач Н., яка звертає увагу не лише на технологічні умови, системний підхід, якість продукції, але і необхідність сертифікації. Вона справедливо зазначає, що «органічне сільське господарство – це сертифікована система ведення аграрного виробництва, яка використовує енерго- та ресурсоощадливі технології і базується на мінімальному використанні механічного обробітку ґрунту та синтетичних речовин, виключенні з процесу виробництва генетично

модифікованих організмів та має на меті забезпечення суспільства здоровими та якісними продуктами харчування, а також збереження та покращення стану навколишнього природного середовища» [3].

Формулювання цілей статті. Органічне сільське господарство за своєю суттю є багатофункціональною агроекологічною моделлю виробництва і базується на ретельному менеджменті агро-екосистем. З метою підвищення продуктивності виробництва та якості продукції максимально використовуються біологічні чинники підвищення природної родючості ґрунтів, агроекологічні методи боротьби зі шкідниками і хворобами, а також переваги біорізноманіття, зокрема місцевих та унікальних видів, сортів, порід. У ширшому контексті органічне сільське господарство – це практична реалізація у сфері аграрного виробництва загальної концепції сталого розвитку, що задовольняє потреби сьогодення, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.

Отже, ціль полягає у наступному: проаналізувати умови та можливості формування і реалізації стратегії розвитку органічного виробництва АПК, яке б дозволило в перспективі узгодити і гармонізувати економічні, екологічні та соціальні цілі в галузі сільського господарства.

Викладення основного матеріалу. Процес формування стратегії розвитку органічного виробництва АПК складається з ряду послідовних етапів. А саме:

визначення мети і основних завдань, реалізація яких дозволить досягти мети стратегії;

визначення критеріїв і факторів впливу на процес формування і реалізації стратегії;

визначення інструментарію, за допомогою якого передбачена реалізація основних положень стратегії;

визначення ресурсної бази: кадрового, фінансового, маркетингового, інформаційного забезпечення;

обґрунтування групи прийнятних узагальнених альтернатив,
здійснення їх аналізу, визначення прогнозованого стану середовища;
вибір найбільш прийнятної альтернативи;
обґрунтування стандартів і критеріїв оцінки, за якими планується
аналіз результатів;
аналіз ступеню досягнення отриманих результатів і порівняння їх із
запланованими (рис. 1).

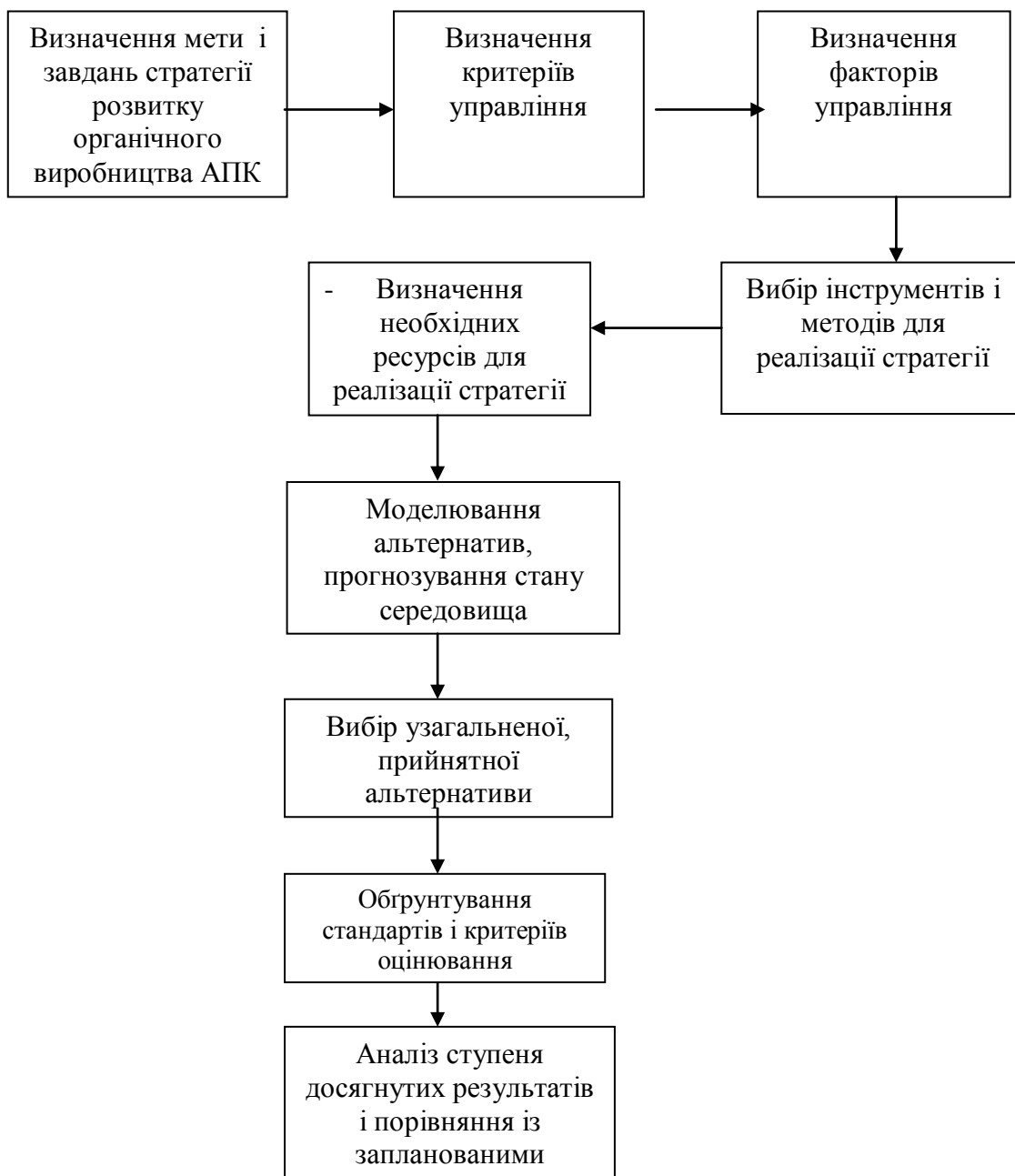


Рис. 1. Процес формування стратегії розвитку органічного виробництва АПК

Дана стратегія має бути інтегрована з уже існуючими і діючими загальнодержавними економічними, соціальними і екологічними стратегіями і програмами.

Слід зазначити, що концептуально стратегія розвитку органічного виробництва АПК передбачає:

реалізацію принципу сталого розвитку, заснованого на збалансуванні економічних і соціальних пріоритетів розвитку АПК;

реалізацію системного підходу, що забезпечить максимальне використання синергетичних ефектів, які зумовлені наявністю поєднаних результатів, взаємовпливом цілей в реалізації окремих заходів стратегії;

реалізацію економічного, інвестиційного потенціалу підприємств.

Отже, для розвитку і поширення органічного виробництва в Україні необхідно чітко визначити правові, економічні, соціальні та організаційні основи ведення органічного сільського господарства, вимоги щодо вирощування, виробництва, переробки, перевезення, сертифікації, маркування, зберігання і реалізації органічної продукції і сировини.

Реалізація стратегії має здійснюватись за допомогою організаційно-економічного механізму.

Організаційна модель органічного виробництва наведена на рис.2.

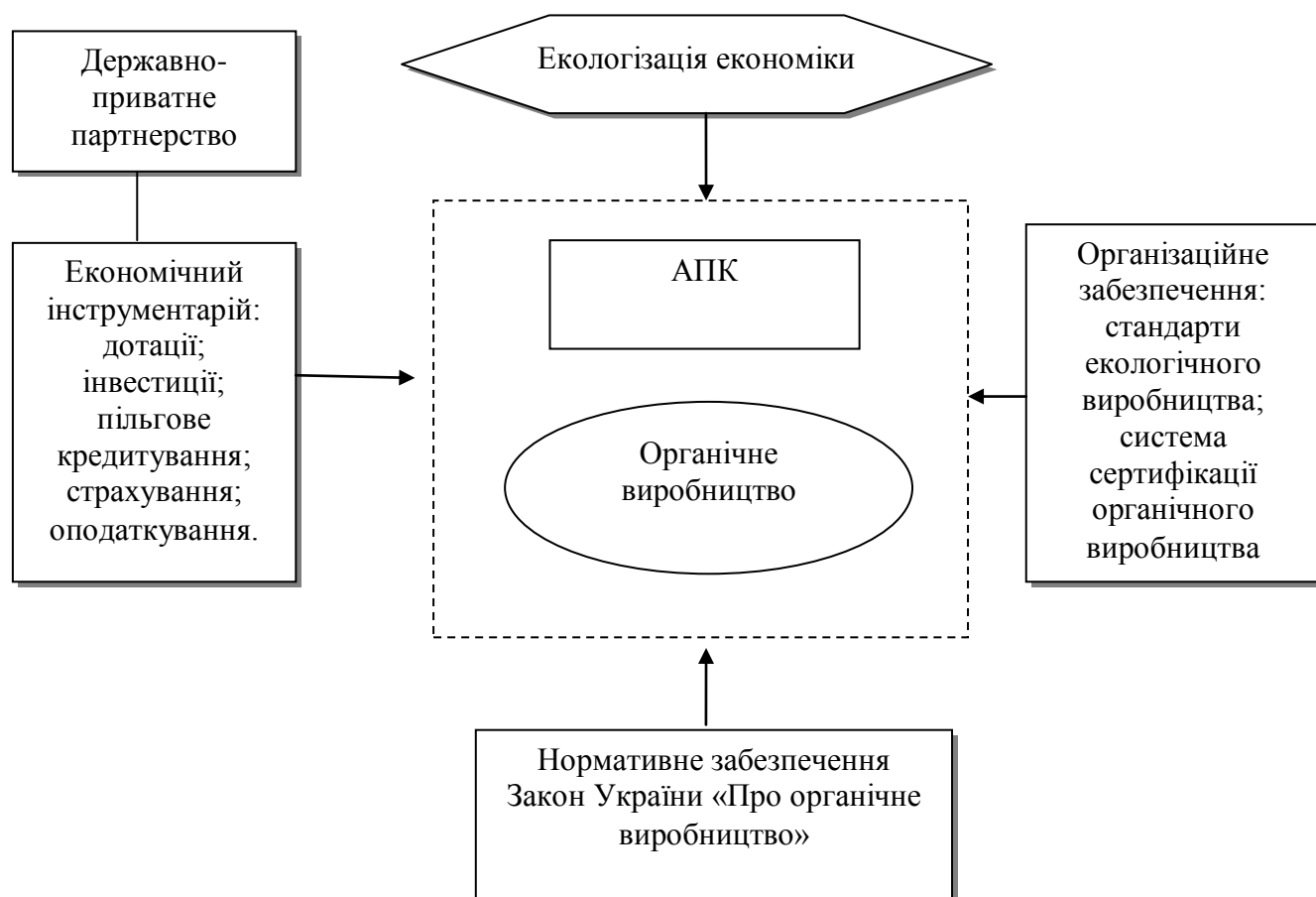


Рис. 2. Організаційна модель органічного виробництва

Сутність даної моделі полягає в поєднанні організаційно-економічних, нормативних інструментів на основі інтеграції управлінських процесів і технологій, використання яких надасть можливість забезпечити збалансований розвиток галузі, формування внутрішнього і зовнішнього ринку високоякісної безпечної органічної продукції і підвищення конкурентоспроможності АПК.

В широкому аспекті екологічна діяльність агропідприємств включає не тільки питання дотримання екологічних норм чистоти продуктів, а й навколишнього середовища, що забезпечує збалансований стан екосистеми і є необхідним елементом в забезпеченні сталого розвитку. При цьому екологічні продукти, а саме органічна продукція, не здійснюють негативного впливу на навколишнє середовище і здоров'я населення, а навпаки, сприяють йому.

Питання врегулювання відносин із державно-приватного партнерства в АПК ґрунтується на твердженні, що земля є не лише природним ресурсом, але й майном. Впровадження державно-приватного партнерства на практиці може відбуватися у різних формах. Якщо для здійснення державно-приватного партнерства необхідне користування земельною ділянкою, державний партнер забезпечує приватному партнеру можливість використання такої ділянки на термін, встановлений договором, який укладений у рамках державно-приватного партнерства [4,5].

Працюючи на єдиний результат, кожна зі сторін, в рамках цього партнерства, вносить свій вклад в розвиток сектору органічного виробництва і, як слідство, системи екологізації АПК. Так, для приватних структур є характерним гнучке прийняття рішень, професійний практичний досвід в роботі галузі, прийняття всіх підприємницьких ризиків. Держава вносить свій вклад наданням податкових та інших видів пільг, гарантій, а також має можливість отримати додаткові фінансові надходження і зосередитись на виконанні своїх основних функцій, які пов'язані з контролем і регулюванням.

Враховуючи той факт, що застосування економічного інструментарію здійснюється за допомогою державно-приватного партнерства, доцільно використовувати алгоритм співробітництва агропідприємств з державним структурами.

Також надзвичайно важливо розуміти, що органічне виробництво, в першу чергу, повинне відповідати вимогам українського законодавства в частині якості і безпеки продуктів харчування. Тобто, органічний сертифікат не замінює сертифікат якості, посвідчення про дотримання санітарно-гігієнічних норм, документів, які підтверджують відповідність фітосанітарним і ветеринарним нормам. Таким чином, органічний сертифікат є як би надбудовою над базовим законодавством. Наприклад, пшениця, вирощена в сертифікованому органічному господарстві, повинна, перш за все, як мінімум, відповідати за органолептичними і хімічними показниками діючим стандартам якості, що є важливим для її подальшої переробки.

Слід наголосити, що впровадження і реалізація Державної програми підтримки і розвитку органічного виробництва надасть змогу вирішити нагальні проблеми, які постають перед вітчизняним АПК.

Загальна мета Державної програми підтримки і розвитку органічного виробництва має бути, в першу чергу, спрямована на підтримку ведення органічного виробництва як одного з пріоритетних напрямків реалізації вітчизняної аграрної політики. Реалізація мети забезпечить: конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках; збереження родючості ґрунтів; сприятиме можливості забезпечення населення якісними та безпечними сертифікованими органічними продуктами харчування; забезпеченню охорони навколишнього середовища та збереження біорізноманіття; покращення агроекологічного іміджу держави.

На наш погляд, для поширення органічного виробництва, необхідно забезпечити належну громадську підтримку, тобто ініціювати зацікавленість неурядових, громадських і галузевих організацій.

З метою забезпечення зростання попиту на органічну продукцію, представляється доцільним розробити комплекс заходів, які спрямовані на формування довіри споживачів до сертифікованої органічної продукції. Для цього є необхідним залучення засобів масової інформації для популяризації вживання органічної продукції як невід'ємної частини здорового способу життя і наголошенні на екологічній компоненті органічного виробництва.

Окремою частиною програми є законодавче та нормативне забезпечення підтримки органічного виробництва.

Нормативно-правова частина має бути спрямована на дотримання чесної конкуренції, належного функціонування внутрішнього ринку органічної продукції. Базою нормативного регулювання має бути Закон України «Про органічне виробництво», в якому враховано базові агроекологічні вимоги і стандарти відповідно до регламентів ЄС.

Отже, серед основних блоків Державної програми підтримки і розвитку органічного виробництва, в її організаційній частині, пропонуються наступні:

створення системи стимулювання і фінансової підтримки органічного виробництва;

забезпечення наявності наукової і дорадчої підтримки розвитку органічного виробництва;

сприяння розвитку земельних відносин і форм господарювання;

сприяння розвитку сфери виробництва;

сприяння розвитку аграрного ринку;

забезпечення безпеки харчування та виробництва якісних продуктів;

удосконалення адміністративного управління в контексті поширення органічного виробництва.

Створення системи стимулювання і фінансової підтримки органічного виробництва має включати: вдосконалення податкової політики у відношенні суб'єктів органічного виробництва; підтримку приватних інвестиційних проектів, які зосереджені на використанні органіки; державну підтримку розвитку сільського господарства, враховуючи стандарти, норми і вимоги СОТ.

Наукова і дорадча підтримка передбачає створення відповідних інформаційно-консультаційних центрів, дорадчих служб метою яких має бути поширення інформації і досвіду стосовно ведення органічного господарства; підготовку фахівців в галузі органічного виробництва, розширення наукових досліджень у сфері органічного виробництва.

Розвиток земельних відносин і форм господарювання вимагає підходів, які спрямовані на захист і відтворення родючості ґрунтів, забезпечення сталого функціонування меліоративних систем та ефективності їх використання; вилучення з використання деградованих, малопродуктивних та техногенно-забруднених сільських земель.

Така складова як розвиток виробництва вимагає державної підтримки виробництва органічних добрив, біологічних засобів охорони рослин та тварин; впровадження енерго- і ресурсозберігаючих технологій.

Формування ринку органічної сертифікованої продукції, застосування маркетингового інструментарію для реалізації органічної продукції, сприяння експортної діяльності є складовими забезпечення розвитку аграрного ринку.

Удосконалення адміністративного управління передбачає наступне: посилення забезпечення подальшого розвитку органічного виробництва в регіональних програмах підтримки сільського господарства; підтримку і забезпечення подальшого розвитку професійних об'єднань виробників, переробників, розповсюджувачів органічної продукції.

Слід зазначити, що реалізація стратегії розвитку органічного виробництва не представляється можливою без інформаційної, маркетингової і фінансової підтримки. Важливо, що інформаційна підтримка стратегії розвитку органічного виробництва інтегрована з маркетинговою.

Розробка маркетингової програми розвитку органічного виробництва надасть можливість прогнозувати товарообіг, вивчати потреби споживчого ринку. Застосування маркетингових досліджень дозволить визначити, яка саме органічна продукція буде користуватись попитом, яка цінова політика задовольнить потенційного споживача.

Одним з ключових завдань маркетингової підтримки розвитку органічного виробництва має бути популяризація органічної продукції, а саме робота з громадськістю, спрямована на формування здорового способу життя [6].

Популяризація органічного виробництва має бути вмонтована в сучасний погляд на здоровий спосіб життя, а саме: здорове харчування натуральними продуктами, натуральне оздоровлення, екологічне мислення, фізична активність.

Сьогодні неможливо уявити будь-яку господарську діяльність без маркетингової підтримки. Практичний маркетинг своїми засобами дозволяє краще пристосувати виробництво до умов ринкового середовища, передусім до вимог споживачів, а в широкому сенсі здатен формувати і раціональні потреби [7].

Маркетинг органічного виробництва має охоплювати сукупність організаційно-економічних функцій, які пов'язані, в першу чергу, з комплексним вивченням попиту споживачів і цілеспрямованим формуванням пропозицій агропромисловими підприємствами для задоволення потреб споживачів. Також, у широкому сенсі, маркетингова підтримка призначена для зниження ступеня ризику до мінімуму.

Маркетингова програма підтримки сприятиме більш успішному засвоєнню органічного виробництва на вітчизняному аграрному ринку за рахунок визначення тих чи інших видів і груп органічної продукції, які будуть користуватись найбільшим попитом у споживачів. Крім того, раціональна побудова збутової політики для агропідприємств – виробників органічної продукції істотним чином мінімізує сукупні витрати шляхом більш обґрунтованого і цілеспрямованого просування органічної продукції на вітчизняний ринок.

Висновки. Отже, концептуально стратегія розвитку органічного виробництва АПК передбачає:

реалізацію принципу сталого розвитку, заснованого на збалансуванні економічних і соціальних пріоритетів розвитку підприємств АПК;

реалізацію системного підходу, що забезпечить максимальне використання синергетичних ефектів, які зумовлені наявністю поєднаних результатів, взаємовпливом цілей в реалізації окремих заходів стратегії;

реалізацію економічного, інвестиційного потенціалу підприємств.

Реалізація стратегії має здійснюватись за допомогою організаційно-економічного механізму.

Таким чином, запропонована стратегія розвитку органічного виробництва, надасть змогу забезпечити системність процесу екологізації АПК, що дозволить сформуванню позитивний агроекологічний імідж держави, забезпечити розвиток між державним і приватним секторами підприємств АПК, впровадити новітні технології виробництва, створити необхідну інфраструктуру для виробництва і реалізації продукції.

Література.

1. Скидан О.В. Екологічна складова аграрної політики / О.В. Скидан // Агросвіт. – 2008. – № 21. – С.8-12.
2. Положенцева К.Л. Стратегія економічного розвитку АПК в умовах глобалізації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н.: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / К.Л. Положенцева. – Харків, 2010. – 20 с.
3. Берлач Н.А. Розвиток органічного напрямку у сільському господарстві України (адміністративно-правові основи): автореферат дис. на здобуття ступеня доктора юридичних наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право» / Н.А. Берлач. – К., 2010. – 34 с.
4. Лаврик У.В. Оцінка якісного стану земельних ресурсів / У.В. Лаврик // Вісник національного університету водного господарства та природокористування. – 2006. – Ч.2, вип.4 (36) – С.83-94.
5. Лаврик У.В. Стратегічні орієнтири розвитку економічного механізму управління земельними ресурсами/ У.В. Лаврик // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №4, т.1 (178). – С. 109-112.
6. Стоволос Н.Б. Этапы эволюционных преобразований: продуктов, компаний, рынков / Н.Б. Стоволос // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Наука і освіта-2005» – Т. 80 «Маркетинг та менеджмент». – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 23-25.

7. Смерічевський С.Ф., Татарінов А.В. Вплив екологічного маркетингу на споживчі цінності / С.Ф. Смерічевський, А.В. Татарінов// Менеджер. – № 2 (44). – 2008. – С. 140-146.

References.

1. Skydan A.V. (2008), “The environmental component of the agricultural policy” [Agrosvit], Kyiv, Ukraine, edition 21, pp. 8-12.
2. Polozhentsev K.L. (2010), “The strategy of economic development of agriculture in the context of globalization” [Thesis for the Degree of Ph.D.: Spec. 08.00.03 “Economics and management of national economy”], Kharkiv, Ukraine, 20p.
3. Berlach N.A. (2010), “The development of organic agriculture in the direction of Ukraine (administrative-legal base)” [Thesis for the Degree of Doctor of Law: Spec. 12.00.07 “Administrative law and procedure; finance; information law”], Kyiv, Ukraine, 34p.
4. Lavryk U.V. (2006), “Assessment of the quality of land resources” [Bulletin of National University of Water and Environment], Ukraine – part 2, issue 4(36), pp. 83-94.
5. Lavryk U.V. (2011), “Strategic guidelines of the economic mechanism of Land Management” [Bulletin of Khmelnytsky National University], Khmelnytsky, Ukraine, edition 1(178), pp. 109-112.
6. Stovolos N.B. (2005), “Stages of evolutionary transformations products, companies, markets” [Marketing and Management], Dnepropetrovsk, Ukraine, edition 80, pp. 23-25.
7. Smerichevsky S.F., Tatarinov A.V. (2008), “The impact of environmental marketing consumer values” [Manager], Ukraine, vol. 2(44), pp. 140-146.