

Інфраструктурне забезпечення розвитку органічного агропромислового виробництва

Білоткач І.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Розвиток органічного виробництва є досить актуальним на сьогодні через низку явних екологічних, економічних та соціальних переваг, що притаманні цій сфері діяльності. Сектор органічної продукції України останнім часом характеризується позитивною і сталою динамікою, причому дані тренди відповідають загальносвітовим, але ринкові механізми не можуть працювати ефективно в неадекватному інституційному середовищі. Розвиток органічного виробництва в сільському господарстві повинний стимулювати створення відповідної системи інституцій та інститутів в нашій державі як в стратегічному так і в тактичному плані.

Нові економічні умови вплинули на основоположні принципи формування і функціонування об'єктів інфраструктурного забезпечення органічного аграрного сектору України. Розвиток стабілізаційних процесів, спрямованих на забезпечення конкурентних переваг виробників органічної сільськогосподарської продукції в умовах посиленої глобалізації економіки і ефективного проникнення на світові ринки продовольства, обумовлюють потребу трансформації інституційного середовища інфраструктурного забезпечення.

З усіх підприємств, які представляють сектор органічного агровиробництва, більшість є товариствами з обмеженою відповідальністю (54,9 %), крім того, 12,1 % – фермерських господарств, 11,0 % – приватних підприємств та 9,8 % – фізичних осіб підприємців. Кількість особистих селянських господарств складає лише 4 %, тобто 7 одиниць. Організаційно-правова форма підприємства свідчить про потенційні можливості суб'єкта господарювання у напрямку організації діяльності, пошуку та залученню фінансових ресурсів, обсягу виробництва та іміджу. Це підтверджується і

проведеними нами дослідженнями серед представників органічного ринку, а саме:

– серед усіх 95 товариств з обмеженою відповідальністю 57 (60 %) – займаються більше ніж одним видом діяльності, і з них 39 – не є виробниками сертифікованої органічної продукції, засобів захисту рослин, добрив. Як правило, це суб'єкти господарювання, які займаються зберіганням та переробкою органічної продукції, надають консультативні послуги;

– 86 % фермерських господарств займаються одним видом діяльності, 72 % господарств займаються виключно виробництвом продукції рослинництва, а 19 % – виробництвом продукції як рослинництва, так і тваринництва;

– всі особисті селянські господарства займаються одним видом діяльності, яка безпосередньо пов'язана з виробництвом органічної продукції, переважно рослинництвом.

Станом на 2016 рік ланцюг постачання органічної продукції складають 277 виробника, 16 зберігачів, 113 переробників, 114 експортер/імпортер органічної продукції, а також 120 суб'єкти, що займаються реалізацією органічної продукції, 2 мережі торговельних мережі, які позиціонують себе як ті, що реалізують виключно органічну продукцію, а також 110 Інтернет-крамниць [1].

Крім індивідуальних виробників та переробників органічної продукції, в Україні є і кооперативи. Деякі з них створені за підтримки міжнародних благодійних організацій, наприклад МБФ “Добробут Громад”. Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація (СОК) – основа мобілізації сільських громад для вирішення спільних економічних та соціальних проблем.

Органічна продукція в Україні реалізується як через звичайні так і Інтернет-крамниці, зокрема в звичайних торговельних мережах (“Сільпо”, “Metro”, “Мегамаркет”, “Billa”, “Велика кишеня”, “Фуршет”, “Fozzy”, “Екомаркет”) і спеціалізованих (“Еко-Шик” та “Натур Бутік”). В Україні налічується близько 150 крамниць з реалізації органічної продукції. В

основному ринку такої продукції сконцентровано у великих містах – Києві, Дніпропетровську, Донецьку, Одесі, Львові, Харкові [1].

Високий рівень застосування сучасних комунікаційних технологій вигідний усім учасникам ринкових відносин. Тому з року в рік розширюється асортимент товарів в Інтернет-крамницях. Якщо раніше такі крамниці були місцем придбання в основному побутової техніки, то нині, завдяки сучасній логістичній системі, яка дозволяє в короткі терміни доставити як конверсійні продукти харчування, так і органічні, вони стали місцем придбання навіть такого специфічного товару, як органічні продукти харчування. Цьому сприяли, безумовно, і підвищення попиту населення на органічну продукцію, і воління купувати дійсно свіжий продукт, бажано безпосередньо від виробника.

Як свідчить досвід країн, де сформувався і активно розвивається ринок органічної продукції, структура каналів її збуту є індивідуальною і відрізняється в кожній країні. Привертає увагу те, що понад 12 % усіх потенційних покупців органічної продукції готові купувати її з доставленням додому, априорі, в Інтернет-крамницях [2].

Отже, враховуючі наявні дані про виробництво органічної продукції в Україні можна стверджувати, що розвиток органічного виробництва повинен здійснюватися за інституціональною підтримкою державних інститутів, а інфраструктурне забезпечення виробництва та просування органічної сільськогосподарської продукції повинно відповідати вимогам та ризикам сучасного часу та забезпечувати конкурентоспроможність як виробничої ланки так і ланки просування продукції від виробника до споживача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Федерація органічного руху в Україні: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://organic.com.ua>.
2. Безус Р.М. Всесвітня мережа Інтернет як канал збуту органічної продукції / Р.М. Безус, О.В. Ульянченко // Економіка АПК: міжнар. науково-виробн. журнал. – 2012. – № 4. – С. 128–134.