

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

В.А. Чудовська, аспірант  
Інститут агроекології і природокористування НААН

Головним мотивом вдосконалення організаційного механізму виробництва та реалізації органічної сільгосппродукції є зростаючий рівень конкуренції та посилення її при вступі України до СОТ. Тому, вихід та подальше утримання товаровиробників на ринку органічної сільськогосподарської продукції в умовах відсутності відповідного регулюючого законодавства на сьогодні досить складне, що сприяє формуванню спілок товаровиробників за територіальною ознакою задля захисту власних інтересів. При цьому виробництво й переробку органічної продукції доцільно здійснювати на екологічно сприятливих територіях з урахуванням природно-кліматичних і технологічних факторів, а також дальності перевезень до споживача.

Об'єднуючись, виробники органічної продукції беруть на себе зобов'язання виконувати рішення органів управління, перш за все

вищого органу – загальних зборів, оскільки це відповідає загальним інтересам всіх учасників асоціації. Сільгоспвиробники зберігають самостійність і незалежність всередині спілки, здійснюючи операції з власної волі і у своїх інтересах.

Для фінансування маркетингових досліджень, забезпечення необхідною інформацією, оплати науково-дослідних, дослідно-конструкторських і технологічних робіт на основі відповідних договорів, що укладаються спілкою в загальних інтересах, можуть створюватися централізовані фонди із внесків засновників. При цьому можливо:

- поліпшення управління виробництвом (за кордоном це є однією з ключових причин об'єднання товаровиробників);
- збільшення капіталу та ефективніше його використання;
- використання виробничих ресурсів без шкоди для довкілля;
- зниження витрат на здійснення маркетингових заходів;
- об'єднання коштів з метою проведення науково-дослідних робіт, просування товару, підвищення репутації;
- розширення ринку з метою ефективнішої реалізації органічної сільгосппродукції;
- забезпечення матеріально-технічного обслуговування, економічної, організаційної, технологічної єдності учасників у процесі виробництва, переробки й реалізації органічної продукції.

Основною метою створення спілки є забезпечення ефективності виробництва та реалізації органічної сільськогосподарської продукції. Відповідно до даної мети необхідно вирішувати наступні завдання:

- досягнення високої конкурентоспроможності органічної сільгосппродукції;
- формування єдиної збутової та цінової політики;
- підвищення ефективності виробництва й управління всередині сільгосппідприємств – членів спілки.

Організаційну структуру спілки виробників органічної сільськогосподарської продукції можна представити вертикально інтегрованими підприємствами та фінансово-кредитною організацією, яка здійснює всі кредитні й розрахункові операції (рис. 1).

Значна частина виробленої органічної сільськогосподарської продукції (40–45%) може реалізовуватися через магазини виробників і переробників, що дозволить скоротити транзакційні витрати й торгові націнки, 35–40% – планується продавати і обмінювати через оптову базу-магазин за спеціальними схемами розрахунку із системами знижок, 25–30% – через спеціалізовані супермаркети.



*Рис. 1. Організаційна структура спілки виробників органічної сільськогосподарської продукції*

На наш погляд, центральна компанія, адміністративні будівлі, оптовий склад-магазин повинні бути розміщені поблизу великих міст, зокрема, Києва, Дніпропетровська, Харкова, Рівного тощо. Загальна площа, необхідна для кожного такого будівництва, складе мінімум 4–4,5 га. Вартість нового будівництва торговельних і складських приміщень, а також облаштування офісних приміщень та території з під'їзними шляхами відповідно до органічних вимог складе близько 20 млн. грн.; оренда одного терміналу на ринку з відповідною інфраструктурою складе близько 1 млн. грн. на місяць. На першому етапі розвитку спілки товаровиробників можлива оренда приміщення.

Лейтмотивом роботи спілки має виступати якість (протягом всього життєвого циклу продукції), яку слід розглядати як важіль, доступний співробітникам на будь-яких рівнях підприємства, що діє на благо споживачів, працівників, ділових партнерів і суспільства в цілому.

На рівні лінійних підрозділів (бригади, ферми) якість праці оцінюють їх керівники. У їх функції входять контроль виконання завдань, встановлення об'єктивної оцінки якості особистої праці кожного виконавця і якості продукції за затвердженими параметрами й стандартам, підготовка та узгодження нормативно-технічної документації, параметрів і стандартів якості праці та продукції, розробка робочих й поточних планів і заходів, спрямованих на покращення якості, організація їх виконання.

Діяльність підприємств з виробництва і переробки органічної продукції повинна бути націлена на своєчасне попередження

відхиленя від органічних вимог даного виду господарювання. Велику роль в управлінні якістю праці і продукції відіграють функціональні служби підприємств. Зокрема, агрономічна служба розробляє заходи щодо впровадження прогресивних сівозмін, системи підготовки ґрунту, догляду за посівами сільськогосподарських культур, впровадженню кращих сортів, підтримці суворої технологічної дисципліни. Зооветеринарна служба розробляє заходи щодо впровадження передових технологічних процесів в тваринництві, утримання та догляду за худобою, поліпшення племінної роботи, дотримання раціонів і норм відгодівлі тощо. Економічна служба розробляє критерії оцінки якості праці та продукції, здійснюючи контроль застосування технічно обґрунтованих норм виробітку та розробляючи і впроваджуючи матеріальне стимулювання за підвищення якості тощо. Інженерна служба має сприяти підвищенню якості всіх видів механізованих робіт і рівня ефективності машинно-тракторного парку, організовуючи заміну застарілої техніки і устаткування та забезпечуючи її раціональне використання, регулярний технічний догляд, якісне зберігання і ремонт тощо. Важливу роль відіграє також відділ реклами та стимулювання збуту, узгоджена робота якого з відділом маркетингових досліджень дозволить освоїти нові сегменти ринку сільськогосподарської продукції. До функцій проектованої служби маркетингу слід віднести:

- вивчення попиту та пропозиції на ринку органічної сільгосппродукції;
- сегментування ринку та визначення ємності окремих сегментів;
- визначення потенційних можливостей учасників спілки;
- реалізація товарної та цінової політики;
- організація товарообороту і збуту органічної продукції;
- система формування попиту і стимулювання збуту.

Тобто, служба маркетингу повинна проводити скоординовану ринкову політику, впливаючи на ринкові процеси.

Лабораторія, служба контролю та сертифікації на основі лабораторних досліджень, здійснення виробничого контролю та відповідності органічним стандартам проводять оцінку якості пропонованої споживачеві продукції.

Оптові бази мають вирішувати наступні завдання:

- надавати всім виробникам органічної продукції рівні можливості стійкого виходу на цивілізований конкурентний ринок;
- забезпечувати єдине обладнане місце для здійснення купівлі-продажу органічної сільгосппродукції;
- спрощувати і прискорювати рух продукції до кінцевого

споживача, суттєво зменшуючи або виключаючи роль посередників у торгівлі;

- забезпечувати достовірною інформацією щодо попиту, пропозиції та споживчої якості органічної сільгосппродукції.

При наявності в регіоні оптових баз, що спеціалізуються на органічній сільськогосподарській продукції, товаровиробники такої продукції мають право обрати різні варіанти збуту: самостійно реалізовувати продукцію на оптовому ринку чи передавати її оптовику для реалізації, або відправляти до магазину. Таким чином, оптовий продовольчий ринок – це завершальна ланка в ланцюзі виробничого циклу органічної сільськогосподарської продукції. Усі його структурні підрозділи працюють на кінцевий результат – задоволення потреб населення у якісних та безпечних продуктах харчування.

Так, магазин-склад при оптовій базі може являти собою приміщення, обладнане рядами стелажів і холодильного обладнання, діятя за принципом самообслуговування, що дозволяє покупцеві мати доступ до всіх товарів. Також для вирішення проблеми якості та збереження продукції необхідно використовувати Тельферну систему з підйомно-транспортними засобами, що забезпечить простоту обслуговування, повну механізацію та автоматизацію навантаження продукції й оплати за неї. Об'єднання виробників, переробників і реалізаторів усуває необхідність так званої накрутки цін на кожному етапі руху продукції, забезпечуючи мінімізацію витрат протягом її життєвого циклу, що дозволяє максимізувати прибуток при реалізації кінцевого продукту. Механізм утворення ціни в інтеграційному підприємстві, на відміну від ціноутворення в самостійних організаціях, дозволяє за рахунок зниження трансакційних витрат і відсутності накрутки збільшити загальний прибуток та доходи кожного з учасників. Інформаційно-консультаційна служба сприятиме впровадженню прогресивних технологій у виробництво, забезпечуючи інформацією, надаючи консалтингові послуги, а також укладаючи договори з науково-дослідними та освітніми установами на проведення спільних досліджень і їх практичне застосування.

Таким чином, удосконалення організаційного механізму виробництва органічної продукції шляхом формування та функціонування спілок товаровиробників сприятиме подальшому розвитку даного виду господарювання, забезпечуючи зростання зацікавленості господарюючих суб'єктів у виробництві органічної продукції завдяки можливості отримання вищої норми прибутку за умови мінімізації виробничих витрат та задоволення споживчого попиту на такі продукти.