

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИКІВ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Д. С. Захарова, к.е.н.
НУБіП України

Одним з основних напрямків підвищення ефективності виробництва органічної продукції є створення регіональних інформаційно-дорадчих центрів, які пропонуємо створювати на базі великих сільськогосподарських підприємств, що здійснюють виробництво органічної продукції рослинництва та тваринництва впродовж не менше трьох років та мають висококваліфікований персонал.

До регіонів, у яких виробників органічної продукції найбільша кількість, належать Київський (15,1% від загальної кількості виробників), Львівський (9,4%), Житомирський (8,5%), Харківський (7,5%), Вінницький (7,5%) та АРК (7,5%). Це зумовлено як наявністю значної кількості міського населення, так і віддаленістю від столиці та кордонів з країнами-членами ЄС, де попит на органічну продукцію дуже високий. Виходячи з географічного розташування та кількості виробників органічної сільськогосподарської продукції в регіонах (табл. 1), доцільним є створення семи регіональних інформаційно-дорадчих центрів. Наведемо їх перелік, а також області, які повинен охоплювати кожен центр.

Львівський центр повинен охоплювати Львівську, Волинську, Тернопільську, Івано-Франківську, Чернівецьку області та Закарпаття; Житомирський центр, розміщений у Новоград-Волинському, буде охоплювати Житомирську, Рівненську та Хмельницьку області; Київський центр – Київську, Чернігівську, Сумську та Полтавську області; Вінницький центр – Вінницьку, Черкаську, Кіровоградську області; Одеський центр – Одеську та Миколаївську області; Херсонський центр – Херсонську, Дніпропетровську, Запорізьку області та АРК; Харківський центр – Харківську, Луганську, Донецьку області (рис. 1).

Таким центрам слід надати максимальну організаційну та фінансову самостійність. Регіональні центри повинні сприяти розвитку органічного виробництва шляхом надання інформаційних та консультаційних послуг як сільськогосподарським підприємствам, які тільки планують впроваджувати органічне виробництво, так і підприємствам, де таке виробництво вже впроваджене.

Таблиця 1

Кількість виробників органічної продукції в Україні у розрізі регіонів [складено автором на основі [1]

Регіон	Кількість виробників органічної продукції, од.				Всього*
	рослинництва	тваринництва	дикоросів	бджільництва	
Київський	12	1	4	-	16
Львівський	6	1	4	-	10
Житомирський	9	3	-	-	9
Харківський	8	1	-	-	8
Вінницький	7	2	1	-	8
АРК	6	-	-	2	8
Закарпатський	2	1	3	1	6
Чернігівський	5	1	-	-	5
Кіровоградський	4	1	-	-	4
Запорізький	4	-	-	-	4
Херсонський	4	-	-	-	4
Рівненський	2	-	2	-	4
Полтавський	3	-	-	-	3
Тернопільський	3	1	-	-	3
Донецький	2	-	1	-	3
Одеський	2	-	-	1	3
Волинський	1	1	2	-	3
Миколаївський	2	-	-	-	2
Чернівецький	1	-	1	-	2
Хмельницький	1	-	-	-	1
Сумський	-	-	-	1	1
Івано-Франківський	-	-	-	-	-
Луганський	-	-	-	-	-
Черкаський	-	-	-	-	-
Дніпропетровський	-	-	-	-	-
Всього	84	13	18	5	107

Примітка: *виробництвом продукції тваринництва займаються ті ж виробники, що й рослинництвом

Для ефективної роботи регіональних інформаційно-дорадчих центрів необхідно забезпечувати їх взаємозв'язок з вітчизняними та міжнародними громадськими організаціями, а також сертифікаційними органами. Інформаційно-дорадчі центри повинні накопичувати інформацію про виробників та переробників органічної продукції регіонів, їх запити, пропозиції щодо стимулювання зростання органічного виробництва.



Рис. 1. Розташування регіональних інформаційно-дорадчих центрів з органічного виробництва та охоплені ними регіони

Центри повинні акумулювати комплекти нормативно-правових актів, методичні рекомендації, міжнародні стандарти, актуальну інформацію про ціни на органічну продукцію, що складаються на міжнародному ринку. Запропонованим центрам доцільно систематизувати інформацію про вимоги міжнародних та вітчизняних сертифікаційних органів до технологій виробництва, зберігання та переробки органічної продукції. Також вони повинні розповсюджувати наявну у них інформацію серед виробників та переробників органічної продукції, надавати консультаційні послуги, аналізувати фінансово-економічний стан підприємств, проводити тренінги, розробляти бізнес-плани, проводити ярмарки органічної продукції, рекламувати таку продукцію серед споживачів регіону.

Завдяки створенню інформаційно-дорадчих центрів суттєво

зросте інтенсивність та дієвість інформаційних процесів на підприємствах, які виробляють органічну продукцію завдяки тому, що центри будуть надавати таким підприємствам в концентрованому вигляді вже проаналізовану та згруповану відповідно до їх вимог актуальну інформацію.

Література

1. Прокопчук Н. Органік Бізнес-довідник України / Н. Прокопчук, Т. Зігг, Ю. Власюк // Швейцарсько-український проект «Розвиток органічного ринку в Україні» (2012-2016). – Київ, 2014. – 405 с.