

ІНСТРУМЕНТИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА

В. А. Довженко, к. е. н., доцент
Житомирський національний агроєкологічний університет

Нині попит на продовольство та сільськогосподарську продукцію є досить диференційованим. У країнах з низьким рівнем доходів – це відсутність вимог до якісних параметрів продуктів харчування, а в країнах з високим рівнем доходів – жорсткі вимоги до якісних характеристик як самої продукції, так і всього процесу її виробництва та реалізації. Підвищення вимог до якості сільськогосподарської продукції зумовило виникнення органічного виробництва.

Органічна продукція на сучасному етапі є основою зростання у країнах з розвинутою економікою та одним із перспективних напрямів розвитку вітчизняної аграрної сфери, що в свою чергу, вимагає відповідних інструментів публічного управління, за допомогою яких влада керує, організовує, регулює і контролює розвиток органічного виробництва.

Метою даного дослідження є узагальнення досвіду застосування інструментів публічного управління в розвитку органічного сектора економіки.

Органічна продукція, завдяки особливим характеристикам, задовольняє вимоги частини споживачів до якісних, безпечних і корисних параметрів продуктів харчування. Не зважаючи на те, що спостерігається стійка тенденція до зростання попиту на органічну продукцію, його обсяги все ж залишаються незначними. Вітчизняний органічний сектор поки що не має надійних та ефективних каналів збуту своєї продукції. Збільшити попит та сприяти нарощуванню виробництва органічної продукції можливо за рахунок реалізації процедур публічного управління у сфері впровадження енергоефективних, екологічних і органічних інновацій. Для того, щоб попит збільшився, а товаровиробники нарощували виробництво органічної продукції необхідно не лише сприяти впровадженню енергоефективних, екологічних і органічних інновацій, а й визначити

основні процедури публічного управління у сфері закупівлі органічної продукції, що дозволить сформувати стійкий попит і розширити ринкову долю органічної продукції.

На сьогоднішній день державні закупівлі представляють особливий інтерес, оскільки стосуються практично всіх сфер економіки і є одним з найважливіших засобів соціально-економічної політики країни. Від ефективності державних закупівель залежить не тільки продуктивність, але і швидкість економічного зростання країни [4, с. 161]. У більшості країн ЄС розвиток сфери державних закупівель супроводжується підвищенням їх інноваційної, екологічної та енергозберігаючої складової у зв'язку з реалізацією концепції державного регулювання економіки, спрямованої на забезпечення сталого виробництва і споживання [4, с. 162].

Масовий збут органічної продукції через традиційну мережу роздрібною торгівлі на вітчизняному ринку поки що неможливий через недостатній її асортимент, невеликі партії виробництва і продажу, нерозвинену логістику, короткий термін зберігання продуктів (оскільки при їх виробництві не використовуються консерванти) [5]. Інноваційним можна вважати спосіб реалізації органічної продукції для держави у рамках програми «державні зелені закупівлі». Щоб стимулювати розвиток органічного виробництва, держава купує у фермерів органічну продукцію для потреб закладів освіти, лікарень, органів державної влади та управління. Так, у Данії 60 % продовольчих товарів, які закуповує держава, – це органічна продукція [5].

Поняття «зелених» державних закупівель визначено у Повідомленні Європейської Комісії (COM (2008) 400) як «процес, за допомогою якого влада прагне закуповувати товари, роботи та послуги зі зниженим впливом на навколишнє природне середовище протягом усього їхнього життєвого циклу порівняно з товарами, послугами та роботами з аналогічним функціональним призначенням, що могли б бути закуплені» [1].

«Зелені» державні закупівлі стимулюють виробників впроваджувати «зелені» технології; заощаджують кошти; сприяють охороні навколишнього середовища; економлять матеріали та енергію; сприяють зменшенню відходів; поліпшують партнерські зв'язки між покупцями і виробниками [5, с. 164].

Роль держави у формуванні попиту на органічну продукцію полягає у екологічному вихованні нового покоління, екологічній освіті молоді, екологізації споживання і т. д. Процес формування екологічної

культури суспільства довготривалий, тому відбувається безперервно, незалежно від стадії життєвого циклу товару [3, с. 37].

Інструменти публічного управління можуть реалізовуватись через практичну допомогу товаровиробникам на етапі впровадження органічного виробництва; стимулювання розвитку «органік-бізнесу»; сприяння формуванню насиченого ринку органічної продукції через механізм «зелених» державних закупівель; створення сприятливих умов для експорту органічної продукції.

Отже, обсяги виробництва і споживання органічної продукції в Україні поступово зростають, також нарощується експортний потенціал вітчизняного органічного сектора. Проте розвиток повноцінного ринку органічної продукції на даному етапі неможливий без реалізації інструментів публічного управління. Так, основними завданнями держави є формування попиту за допомогою «зелених» державних закупівель та стимулювання виробництва органічної продукції через практичну допомогу товаровиробникам у реалізації засад органічного виробництва.

Література

1. Потапенко В. Г. Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України на засадах «зеленої економіки» : монографія / В. Г. Потапенко ; за наук. ред. д. е. н., проф. Є. В. Хлобистова. – К. : НІСД, 2012. – 360 с.
2. Романчук Л. Д. Органічне виробництво на радіоактивно забруднених територіях: можливо чи ні / Л. Д. Романчук, В. А. Довженко, А. В. Савич // Органічне виробництво і продовольча безпека : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., 12-13 трав. 2016 р. – Житомир : О. О. Євенок, 2016. – С. 84–87.
3. Скрипчук П. М. Соціально-економічний ефект від впровадження органічного землекористування / П. М. Скрипчук, Г. М. Шпак // Зб. наук. пр. Нац. ун-ту водного госп. та природокор. Сер. Економіка. – 2012. – Вип. 3 (59). – С. 193–200.
4. Чернихівська А. В. Зелені державні закупівлі як стратегічний інструмент соціально-економічного розвитку / А. В. Чернихівська // Наук. вісн. Херсонського держ. ун-ту. Сер. Екон. науки. – 2014. – №. 8 (2). – С. 161–164.
5. Шпак Г. М. Органічна продукція, як вектор розвитку торговельного підприємництва [Електронний ресурс] / Г. М. Шпак. – Режим доступу : // http://pca.com.ua/trade_entrepreneurs/1712/.