

УДК 338.432:631

Новак Н.П.

*кандидат економічних наук, докторант  
Херсонського державного аграрного університету***СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА****SOCIAL ASPECTS OF ORGANIC PRODUCTION****АНОТАЦІЯ**

У статті виявлено особливості поширення органічної діяльності у сільському господарстві та інших сферах життєдіяльності населення. Одним із спонукальних мотивів органічного виробництва визначено соціальні імперативи (соціальна політика, соціальний механізм господарювання, соціальний менеджмент агроформувань, мотиви поведінки споживачів та виробників, соціальна структура та динаміка суспільства, соціальна відповідальність бізнесу). Здійснено типологію споживачів за соціальними інтересами під час споживання органічної продукції. Визначено роль і взаємовплив вирішення соціальних проблем і завдань суспільного розвитку та органічного виробництва.

**Ключові слова:** органічне виробництво, соціальний механізм, соціальний менеджмент, соціальна відповідальність, споживачі, аграрний ринок, розвиток, управління, органічні підприємства.

**АННОТАЦИЯ**

В статье выявлены особенности распространения органической деятельности в сельском хозяйстве и других сферах жизнедеятельности населения. В качестве одного из побудительных мотивов органического производства определены социальные императивы (социальная политика, социальный механизм хозяйствования, социальный менеджмент агроформирований, мотивы поведения потребителей и производителей, социальная структура и динамика общества, социальная ответственность бизнеса). Осуществлена типология потребителей по социальным интересам при потреблении органической продукции. Определены роль и взаимовлияние решения социальных проблем и задач общественного развития и органического производства.

**Ключевые слова:** органическое производство, социальный механизм, социальный менеджмент, социальная ответственность, потребители, аграрный рынок, развитие, управление, органические предприятия.

**ANNOTATION**

The article reveals the peculiarities of distribution of organic activities in agriculture and other spheres of life of the population. As one of the motives for organic production is defined by social imperatives (social policy, social management, social management of agricultural companies, motives of behaviour of consumers and producers, social structure and dynamics of society, social responsibility of business). Implemented consumer typology for the social interest in consumption of organic products. Defines the role and influences in the solution of social problems and tasks of social development and organic production.

**Keywords:** organic production, social mechanism, social management, social responsibility, consumers, agrarian market, development, management, organic enterprise.

**Постановка проблеми.** Сучасний етап розвитку суспільства потребує розробки і впровадження нової моделі економіки України, що передбачає поєднання інтересів споживачів і виробників продукції, збереження навколишнього середовища, поліпшення здоров'я населення та покращання екологічної ситуації. Виробництво та розповсюдження органічної

продукції має знайти належне місце в цій новій моделі. Світова спільнота напрацювала значний досвід із розв'язання зазначених проблем, тому його вивчення і конструктивне використання може допомогти у формуванні нової національної економіки.

Органічне виробництво в більшості досліджень справедливо пов'язують із виробництвом сільськогосподарської продукції. Проте до органічної продукції відносять не лише продукти харчування, а й розуміють більш широкий спектр споживчих товарів, серед яких – косметика, одяг, меблі, засоби гігієни тощо, тому питання запровадження соціальної відповідальності стосується не лише агровиробників. Воно охоплює представників значної кількості галузей підприємницької діяльності, різних сфер національної економіки і має досліджуватись комплексно і системно.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам дослідження сталого розвитку, соціальної орієнтованості підприємництва присвячено численні наукові розробки таких українських фахівців, як З. Галушка, І. Комарницький, С. Дорогунцов, М. Ігнатенко, Б. Коробко, В. Трегобчук. Проблематиці органічного виробництва присвячено низку статей, де серед авторів: В. Артиш, Н. Буга, Л. Зуякова, Н. Кулик, О. Кузьменко, М. Кобець, Н. Скачек, В. Чудовська, О. Шубравська. Україна є важливою аграрною країною світу, яка має великий потенціал у виробництві та споживанні органічних продуктів харчування та інших товарів органічного походження. Попит на українську органічну продукцію постійно зростає на внутрішньому та зовнішньому ринках, тому важливим є розвиток органічних аграрних підприємств у плані здійснення соціальної відповідальності (додаткової зайнятості, розвитку фермерських та особистих господарств, збільшення доходів населення, відтворення природної продуктивності агробіоценозів та їх різноманіття), що потребує подальших розробок.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Недостатньо вивченим і не до кінця розробленим залишається соціальний механізм розвитку органічного виробництва. У філософії та психології досліджують поняття «соціальний механізм розвитку економіки», а для економічної соціології більшість учених його вважають базовим. У філософії соціальний механізм визначають як органічний

взаємозв'язок інтересів, потреб, мотивів, норм, орієнтацій, традицій – усього того, що спонукає особистість або соціальні групи до різноманітних форм суспільної діяльності. Отже, у такому розумінні він є визначальним мотивом розвитку органічного виробництва, підприємництва та споживання в Україні.

**Мета статті** полягає у виявленні особливостей органічного виробництва в Україні та у світі і встановленні соціальних імперативів його функціонування й розвитку на перспективу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Соціальна орієнтованість підприємництва проявляється у соціальній відповідальності, що передбачає чесне ведення бізнесу, дотримання трудового законодавства, захист прав споживачів та відповідальне ставлення до проблем довкілля. Використання новітніх наукових і управлінських розробок дає можливість моделювати, прорахувати економічні процеси, передбачити ризики, спрогнозувати майбутні соціально-економічні наслідки та обрати оптимальний варіант дій, що не зашкодить зовнішньому середовищу. Дослідження діяльності вітчизняних підприємств приводить до висновку, що увага здебільшого приділяється лише економічному складнику концепції сталого розвитку та господарювання зокрема. Так, опитування респондентів із різних регіонів України щодо наявності соціальних програм на підприємствах, де вони працюють, указує на явну їх недостатність навіть за існуючих джерел забезпечення [1, с. 21].

Натомість усе більше українських громадян та сімей прагнуть вести здоровий спосіб життя, правильно харчуватися, організовувати житло, бути екологічно свідомими в усіх сферах життєдіяльності. Саме на таких споживачів орієнтуються виробники екологічно чистої та органічної продукції. Сільські підприємці пропонують якісну, безпечну та корисну продукцію, виробництво якої завдає мінімальних збитків довкіллю або взагалі є нешкідливим і може здійснюватися у значних масштабах за наявності відповідного платоспроможного попиту.

Інформування населення про властивості, переваги і корисність органічної продукції сприятиме формуванню у споживачів готовності її купувати навіть за більш високою ціною. Таких споживачів називають «спонукувані зсередини». Вони керуються власними уподобаннями і смаками, певними сімейними традиціями, фінансовими можливостями, проте здатні змінювати їх відповідно до зміни умов життєдіяльності, набуття певного досвіду тощо. Купуючи органічні товари, споживачі намагаються відповідати певним вимогам часу, не виділятися, бути такими, як усі представники своєї соціальної групи, слідувати модним трендам або суспільній думці. Таку категорію споживачів називають «спонукувані зовні». Роль держави, інститутів громадянського суспільства у формуванні попиту

на органічну продукцію полягає в екологічному вихованні нового покоління, екологічній освіті молоді, екологізації споживання, повазі до традицій нашого народу і т. д.

Ідея органічного виробництва (Organic farming) полягає у повній відмові від застосування генетично модифікованих організмів (ГМО), антибіотиків, отрутохімікатів, мінеральних добрив. Окрім користі для здоров'я споживача, таке виробництво сприяє підвищенню природної біологічної активності у ґрунті, відновленню балансу поживних речовин [2, с. 39]. Посилюються відновлювальні властивості, нормалізується робота живих організмів, відбувається приріст гумусу і, як результат, спостерігається збільшення врожайності сільськогосподарських культур. Результатом органічного виробництва є екологічно безпечна продукція. Органічне виробництво зараз упроваджується в більше ніж 150 країнах світу. Під нього відведено понад 37 млн. га сільськогосподарських земель у світі.

Органічне виробництво не відразу приносить бажаний прибуток, однак віддача від нього буде стабільною. Його вектор спрямований на майбутнє, і приріст урожайності буде отримано за рахунок відновлення, збереження та раціонального використання природної родючості ґрунтів та ресурсів екосистеми в цілому. Це дасть змогу зменшити собівартість вирощування органічних культур і зробить їх більш доступними для споживачів. При цьому в традиційному сільськогосподарському виробництві кожен додатковий зібраний центнер вимагає додаткового внесення мінеральних добрив, стимуляторів росту та засобів захисту рослин, які через зростання вартості на енергоносії дорожчають [3, с. 84].

Необхідно зазначити, що органічне виробництво цілком відповідає концепції сталого розвитку, оскільки в процесі господарської діяльності досягаються економічні, екологічні та соціальні ефекти. Вони полягають у такому:

– економічний – зумовлений готовністю споживачів сплачувати більшу ціну за продукцію органічного виробництва, зниженням вартості матеріальних ресурсів (агροхімікатів та паливно-мастильних матеріалів від 30% до 97%). Водночас цей напрям потребує значних інвестицій у виробництво, також зростає собівартість продукції через зниження врожайності в період конверсії та у разі невисокого рівня родючості ґрунтів, природної продуктивності тварин і насіння;

– соціальний – зумовлений значним обсягом ручної праці, що уможливорює органічне виробництво для дрібних сільськогосподарських виробників із власною працею. Приміром, у Франції, де 4,5% ферм та 3,6% сільськогосподарських земель є органічними, в органічних фермах зайнято 2,4 найманих середньорічних працівника, тоді як у традиційних – 1,5.

– екологічний – зумовлений поступовим відновленням якості земельних ресурсів, залуче-

них до процесу виробництва через дотримання сівозмін, застосування зелених добрив та методів біологічної боротьби зі шкідниками, технологій обробітку ґрунту, спрямованих на мінімальне втручання, зниження ущільнення ґрунтів, а також зниженням забруднення водою і атмосферою повітря через обмеження застосування синтетичних агрохімікатів, збереження локального біорізноманіття через заборону застосовувати ГМО.

Ідея органічного виробництва поширюється і в Україні, де розвитком органічного руху займається низка громадських організацій, серед яких Федерація органічного руху України, асоціація «Чиста флора», об'єднання «Полтава-органік», Міжнародна громадська асоціація учасників біовиробництва «БІОЛан Україна», Клуб органічного землеробства, Спілка учасників органічного агровиробництва «Натурпродукт» та деякі інші. У 2007 р. було створено перший український акредитований сертифікаційний орган «Органік стандарт», який проводить сертифікацію органічного виробництва в Україні [4]. Ринок забезпечив появу сертифікованого процесу виробництва, в якому заборонено використовувати хімічно синтезовані добрива та засоби захисту рослин, гормони та антибіотики, ГМО, синтетичні ароматизатори, консерванти, барвники. В Україні в 2012 р. нараховувалось уже 164 сертифікованих органічних господарств, а загальна площа сертифікованих органічних сільськогосподарських земель становила 278,8 тис. га (за даними Федерації органічного руху України).

Найбільше органічних підприємств із виробництва сільськогосподарської сировини та продовольчої продукції зосереджено в центральних регіонах країни, найменше – у південних та східних.

Основними виробниками органічних продовольчих продуктів є як великі сільськогосподарські підприємства – лідери галузі за показниками конкурентоспроможності, так і нішеві фермерські господарства, це: ПАТ «Агротехнологія», інтегроване агропромислове підприємство «Глобине» у Полтавській області, агрофірма «Поле» у Черкаській області, «Дарліссад» у Волинській області, ПАТ «ДМК «Таврія» у Херсонській області та інші підприємства. Потенціал для розвитку органічних аграрних підприємств в Україні оцінюється як величезний, це: 8 млн. га екологічно чистих земель; низький рівень використання пестицидів та хімічних добрив; забезпеченість аграрної сфери економіки трудовими ресурсами; міцні традиції ведення сільськогосподарського виробництва у злагоді з природою; експортна привабливість органічної продукції для країн ЄС та на внутрішньому аграрному ринку [5, с. 8].

В Україні органічне виробництво та ринок органічної продукції розвиваються на основі відповідного нормативно-правового підґрунтя. З вересня 2013 р. Верховною Радою було при-

йнято Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини», який, відповідно до перехідних положень, вступив у силу з 9 січня 2014 р. Документ визначає правові, економічні, соціальні та організаційні основи ведення органічного сільськогосподарства, вимоги щодо вирощування, виробництва, перероблення, сертифікації, етикетування, перевезення, зберігання та реалізації органічної продукції та сировини. Законом також передбачено врегулювання заходів контролю і нагляду за такою діяльністю [6]. Його спрямовано на забезпечення справедливої конкуренції та належного функціонування ринку органічної продукції та сировини, покращання показників стану здоров'я населення, збереження навколишнього природного середовища, раціональне використання ґрунтів і відтворення природних ресурсів.

Період переходу до органічного виробництва потребує значної фінансової підтримки з боку інвесторів та державних інституцій. Для регулювання такої підтримки необхідно продовжувати розвивати законодавчу базу, яка має покрити всі види діяльності з виробництва органічних продуктів [7, с. 55]. Для створення інфраструктури внутрішнього ринку такої продукції державі потрібно забезпечити підтримку системи збуту органічних товарів.

Україна має потужний природний потенціал, що дає їй змогу забезпечити весь спектр виробничих потужностей щодо сільськогосподарського та інших органічних секторів. Найбільш перспективними їх організаційними формами ми вважаємо дрібно- та середньотоварне виробництво як такі, що можуть бути підтримані внутрішнім попитом та експортними можливостями [8]. При цьому соціальна відповідальність підприємців знаходитиме свій прояв через максимальне використання у виробничому процесі органічних інгредієнтів, створення додаткових робочих місць, а також через упровадження низки заходів, які забезпечують екологічні та соціальні ефекти з урахуванням специфіки соціально-економічної й екологічної ситуації в регіонах розміщення органічних суб'єктів господарювання [9].

**Висновки.** У процесі здійснення завдань органічного виробництва в Україні на засадах соціального менеджменту та соціальної відповідальності суб'єктів господарювання необхідно навчати українських споживачів культурі харчування і підвищувати інформованість суспільства щодо функціонує в країні системи контролю безпечності продукції, особливо продовольчих товарів. Це є важливою складовою частиною конкурентоспроможності вітчизняних продовольчих товарів порівняно з імпортними. Своєю чергою, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств і корпорацій, їх органічної продукції є основним засобом, що дає змогу максимізувати позитивні соціальні, виробничо-економічні й екологічні

ефекти та мінімізувати загрози і ризики органічного виробництва.

---

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Артиш В.І. Особливості органічного агровиробництва в концепції сталого розвитку АПК України / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2012. – № 7(213). – С. 19–23.
2. Скачек Н. Статистичне забезпечення управління розвитком органічного виробництва / Н. Скачек // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2011. – Вип. 129. – С. 38–41.
3. Чудовська В.А. Світовий досвід виробництва органічної сільськогосподарської продукції / В.А. Чудовська // Збалансоване природокористування. – 2012. – № 1. – С. 83–86.
4. Соціальні програми українського бізнесу. Вже не благодійність, але ще не корпоративно-соціальна відповідальність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://hh.ua/article/14391>.
5. Ігнатенко М.М. Управління органічним виробництвом аграрних підприємств на засадах здійснення соціальної відповідальності / М.М. Ігнатенко // Економіка і фінанси: наук. жур. – Дніпропетровськ, 2015. – № 12. – С. 4–11.
6. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» від 03.09.2013 № 425-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/425-18>.
7. Шубравська О. Ринок органічної продукції та перспективи його розвитку в Україні / О. Шубравська // Економіка України. – 2008. – № 1. – С. 53–61.
8. Органік в Україні / Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-39-01>.
9. Ковальова О.В. Щодо напрямів розвитку органічного виробництва сільськогосподарської продукції в Україні. Аналітична записка / О.В. Ковальова. – К., 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1292/>.