

ПРО НЕОБХІДНІСТЬ ВЕРТИКАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

В.М. Микитюк, к.е.н., професор
В.Ф. Шукалович, к.е.н., доцент
Житомирський національний агроекологічний університет

Оперуючи поняттям «органічна продукція» необхідно зазначити про суттєві відмінності у його розумінні в сучасній українській науковій думці, уявленнях споживачів та виробників сільськогосподарської продукції. Дана невизначеність, насамперед, пов'язана із законодавчою неврегульованістю органічного питання в Україні, що призводить до виникнення цілого ряду проблем при організації виробництва та реалізації продукції, що вважається органічною.

Розгляд вітчизняних і зарубіжних досліджень засвідчує, що виробництво органічної продукції пов'язане із забезпеченням певної унікальності технологічного процесу порівняно із існуючими технологіями, що забезпечує мінімальний вплив на навколишнє середовище та максимальне використання «природних технологій». Відтак, оцінка міри даного впливу залишається надзвичайно суб'єктивною, а отже потребує незалежної оцінки, яку зазвичай здійснюють сертифікаційні компанії. Виробництво та реалізація органічної продукції є особливим видом бізнесу, який характеризують специфічні ознаки. Зокрема, відсутність належної законодавчої бази в Україні значно розширює можливості щодо застосування органічного маркування на кінцевій продукції або ж позиціонування продукції, як органічної, без відповідного підтвердження. Це значно посилює невизначеність на ринку та збільшує ризики інвестицій у «легальне» органічне виробництво.

Іншою особливістю органічного виробництва є те, що продукція, яка є його результатом, повинна бути реалізована кінцевим споживачам та відповідати їх потребам, які носять індивідуальний характер. Власне, вирощуючи рослинницьку продукцію або виробляючи молоко та м'ясо як органічні, сільськогосподарський виробник розраховує на участь у перерозподілі доходів, які формуються в результаті додаткових витрат споживачів за отримання певних ціннісних характеристик кінцевої продукції. Це, з одного боку, потребує формування в свідомості покупців усталених образів про продукт, який він купує, а з іншого – технологічного забезпечення та контролю в ланцюгу його виробництва.

Отже, вказані вище фактори невизначеності ринку, специфікації органічного продукту, а також необхідність брендингу та контролю на

всіх ланках технологічного процесу значно посилюють вимоги до координації діяльності підприємств – від процесу сільськогосподарського виробництва до роздрібної торгівлі. В даному контексті вертикальна інтеграція є ключовою організаційною стратегією, що може забезпечити успішний та ефективний рух продукції до споживача та розподіл грошових коштів у зворотньому напрямку. Відтак, позитивними проявами вертикальної інтеграції в процесі організації виробництва органічної продукції є наступні: інформація щодо зміни споживчих вподобань передається до нижчих ланок продуктового ланцюга значно швидше, що дає змогу уникнути необґрунтованих операційних витрат та скоротити операційний цикл формування продовольчої органічної продукції; знижуються трансакційні витрати, що пов'язані із економічними втратами при веденні переговорного процесу, недобросовісної поведінки контрагентів, диктату цін ланками ланцюга, що занаходяться ближче до споживачів; процес контролю якості продукції здійснюється централізовано, що максимізує можливості виробництва продукції із запланованими якісними показниками.

Таким чином, в результаті дослідження встановлено, що проблеми координації господарської діяльності, що пов'язані із невизначеністю зовнішнього ринкового середовища та необхідністю забезпечення статусу органічного на весь маркетинговий ланцюг формування продукції можуть бути вирішені за допомогою вертикальної інтеграції. Дана організаційна стратегія дозволить уникнути необґрунтованих операційних витрат, скоротити операційний цикл формування кінцевої продукції, уникнути недобросовісної поведінки контрагентів, максимізувати можливості виробництва продукції із запланованими якісними показниками.