

громадян - ще один крок до правової держави, у центрі уваги якої перебуває кожна окрема особа.

Бібліографічні посилання:

1. Конституція України від 28.06.1996 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, №№ 30, ст.141 [Електронний ресурс], Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Цивільний Кодекс України від 16.01.2003 р. // Відомості Верховної Ради України, 2003, №№ ст.356 [Електронний ресурс], Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15/print14573449366111723>.
3. Панченко М.І. Цивільне право України: Навч. Посібник .-К. - Знання, 2005-№2, С.220-221
4. Цивільне право України / О.Г.Братель , СВ. Губарев, В.П.Мироненко та інші- К.ПАЛИВОДА, 2005-№8, С.256
5. Гражданское и семейное право Украины / под ред.Е.О. Харитонова. Х.:Одиссей, 2000, С.544.

Рой Дар'я Олександрівна

здобувач вищої освіти

Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

Карпенко Роман Валерійович

викладач кафедри цивільно-правових дисциплін

Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗБУТОВИХ КООПЕРАТИВІВ НА РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Підвищення ефективності діяльності органічних товаровиробників можливе за рахунок створення досконалої системи збуту та реалізації виробленої органічної продукції. Багато вчених вважають, що проблему збуту органічної сільськогосподарської продукції можуть вирішити створення збутових кооперативів.

Звичайно, кожне органічне господарство може самостійно займатися реалізацією своєї продукції, проте, здебільшого, цьому перешкоджають: несформована збутова інфраструктура, неможливість забезпечити великі партії продукції та висока вартість утримання збутового підрозділу. Внутрішні продовольчі потреби населення країни забезпечуються за рахунок традиційних харчових продуктів. При цьому органічна продукція відіграє другорядну роль серед продуктів харчування, про що свідчать дослідження Федерації органічного руху України. Так, станом на 31.12.2016р. сучасний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні зріс до 21,2 млн. євро. Упродовж останніх років обсяги споживання органічної продукції постійно зростають. Якщо у 2010 році український ринок органічних продуктів оцінювався на рівні 2,4 млн євро, то до 2017 року він зріс у 8,8 разів [1]. Споживання органічної продукції збільшується, особливо у великих містах. Реалізація продукції відбувається через мережі супермаркетів, спеціалізовані магазини, що займаються продажами органічних продуктів, а також через мережу Інтернет [2].

Варто відмітити, що Україна має значний потенціал з експорту органічних продуктів. Експерти оцінюють щорічні можливості надходження коштів від продажу такої продукції на зовнішніх ринках до 50 млн. євро. Основними країнами-експортерами є Німеччина, Австрія, Польща, Італія, Франція, Нідерланди, Данія, Швейцарія, США, Канада, попит у яких з кожним роком зростає[3, с 279].

Світова практика функціонування органічного сектору показує, що для товаровиробників найбільш ефективною є кооперативна модель збуту органічної продукції. На думку експертів Федерації органічного руху України, для розвитку вітчизняного органічного ринку необхідно розвивати сільськогосподарську кооперацію, створювати спеціалізовані місця на оптових ринках, сприяти розвитку експорту органічної продукції [4].

На сьогодні інфраструктура ринку органічної продукції в Україні характеризується відсутністю достатньої кількості сертифікованих складів для зберігання продукції, переробних підприємств для виробництва органічних харчових продуктів, а також посередницьких структур для заготівлі та постачання органічної продукції. При цьому за рахунок збільшення кількості виробників органічної сільськогосподарської продукції зростає потреба у створенні відповідних збутових кооперативів.

Збутовий кооператив – це об'єднання сільськогосподарських товаровиробників, яке надає допомогу у реалізації органічної продукції виробленої його членами. Він має змогу сформувати та продати партію товарів за вищою оптовою ціною безпосередньо споживачу або зберігати продукцію щоб реалізувати її коли ціна на неї буде вищою [5].

До основних причин, що стримують подальший розвиток сільськогосподарських збутових кооперативів, належить [3]:- відсутність локального розміщення дрібнотоварних виробників органічної продукції. Внутрішній ринок органічної продукції лише починає формуватися, тому багато фермерських господарств проходять процедуру сертифікації та вивчають цей ринок;- відсутність розуміння суті сільськогосподарських збутових кооперативів, що бере свій початок із часів колективізації сільського господарства; - однією з найбільших проблем розвитку кооперації є відсутність достатнього фінансового забезпечення для створення належної матеріально-технічної бази. Потенційні члени кооперативів мають обмежені фінансові можливості через низький рівень доходів. До того ж, на регіональному рівні відсутні дієві програми підтримки новостворених та наявних кооперативів. На державному рівні розглядаються можливості фінансової підтримки сільськогосподарських товаровиробників різних організаційних форм [6].

Незважаючи на низький рівень розвитку збутових кооперативів на ринку сільськогосподарської органічної продукції, вони мають значні перспективи. Основними перевагами кооперації є те, що вона надає аграріям можливість зайняти свою ринкову нішу в локальній продовольчій системі; підвищити ефективність виробництва сільськогосподарської продукції, використовуючи спільну господарську діяльність. Створення кооперативів дозволить організувати збут продукції підприємства через централізовану логістичну систему [7, с.50]. В Україні спостерігається тенденція до збільшення кількості органічних сертифікованих господарств та розширення площі сільськогосподарських угідь. Проте внутрішній ринок органічної продукції є малорозвиненим. Його основними характеристиками є відсутність достатньої кількості сертифікованих складів, переробних підприємств, а також посередницьких структур, що загалом ускладнює організацію заготівель,

переробку та постачання сільськогосподарської органічної продукції. До того ж дрібнотоварні виробники із власною продукцією залишаються поза основними заготівельно-збутовими ланцюгами на внутрішньому ринку. Тому в подальшому перспективним напрямом розвитку ринку збуту органічної продукції є створення кооперативів, які об'єднуюватимуть органічні дрібнотоварні господарства. Виходячи з цього, потрібно і надалі розглядати питання перспективи розвитку та моделей функціонування збутових кооперативів на ринку сільськогосподарської органічної продукції.

Бібліографічні посилання:

1. Органік в Україні – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://organic.com.ua>.
2. Маслак О.М. Формування ринку органічної сільськогосподарської продукції в Україні // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 10. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-10-2016>
3. Маслак О.М. Дослідження проблем розвитку кооперації на ринку органічної сільськогосподарської продукції в Україні / Економіка і суспільство. 2017. №9. с.276-281
4. Україна стане одним зі світових лідерів із виробництва органічної продукції [Електронний ресурс] // Інформаційний бюлетень. – 2012. – 4верес. – Режим доступу: <http://www.info-kmu.com.ua/2013-09-04-000000am/article/15902467.html>.
5. Фоменко Л.Г. Збутовий кооператив як чинник підвищення ефективної політики малих сільськогосподарських підприємств / Л.Г. Фоменко // Електронна бібліотека «Наукове товариство Івана Кушніра» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=71608>
6. Довідка про фінансування видатків Мінагрополітики України за рахунок коштів загального фонду Державного бюджету України у 2017 році. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua>
7. Бурляй О. Л., Коваленко О. С. Кооперація у збутовій діяльності як засіб підвищення ефективності функціонування садівницьких підприємств / науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія; Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2014. Вип.200(1).с.47-55.

Сіверська Анна Сергіївна

здобувач вищої освіти

Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

Карпенко Роман Валерійович

викладач кафедри цивільно-правових дисциплін

Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

АПК України на державному рівні відноситься до стратегічно-важливих галузей вітчизняної економіки. Так, за даними Державного комітету статистики України, галузь створює 12 % ВВП, а продовольчі товари та сільськогосподарська продукція займають понад 40 % у структурі експорту. Наша держава постачає аграрну продукцію в понад 190 країн світу. Конкурентоспроможність аграрної продукції на світових ринках, особливо з високою часткою доданої вартості, може сприяти розвитку вітчизняної економіки, забезпечити реалізацію національних інтересів нашої країни. Тому вивчення експортного потенціалу, виявлення проблем, з якими зіштовхуються вітчизняні аграрні підприємства при виході на зовнішні ринки, пошук шляхів підвищення експортної конкурентоспроможності українських агровиробників є важливою й актуальною проблемою.

Експортний потенціал можна визначити як спроможність аграрного сектору та його галузей виробляти конкурентоздатні на світовому ринку товари шляхом