

УДК 3470.73

DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.25>**Ушкаренко Ю.В.**доктор економічних наук, професор,  
Херсонський державний університет  
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7231-5277>**Чмут А.В.**кандидат економічних наук, старший викладач,  
Херсонський державний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5947-728X>**Соловійов А.І.**доктор економічних наук, професор,  
Херсонський державний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5208-2269>

## ПЕРЕВАГИ КООПЕРАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІД ЧАС ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті досліджені основні тенденції розвитку органічного виробництва в Україні і світі, на основі чого сформовано таблицю SWOT-аналізу. Визначено, що виробництво органічної продукції та її експорт є пріоритетним напрямом розвитку аграрного сектору економіки України. Важливим фактором, який нівелює перешкоди розвитку цього напрямку, є кооперація виробників органічної продукції. Розвиток органічного виробництва в Україні стримують високі витрати на сертифікацію, необхідність формування великої партії товару для експорту та ін. Перспективним напрямом розвитку ринку органічної продукції є створення кооперативів, які об'єднуюватимуть органічні дрібнотоварні господарства. Кооперація дає можливість створити належну заготівельно-збутову та матеріально-технічну базу, узгодити питання щодо виробництва однорідної продукції, формувати товарні партії продукції, забезпечити систематичність поставок продукції впродовж року.

**Ключові слова:** органічна продукція, органічне виробництво, органічний ринок, кооперація, кооператив, експорт.

**Постановка проблеми.** Виробництво органічної сільськогосподарської продукції та реалізація її шляхом експорту – одна з найбільш перспективних ніш, яку б могла зайняти Україна на світовому ринку, враховуючи наявні природні і земельні ресурси. Проте досить вагомим фактором, що стримує розвиток органічного виробництва в Україні, є вартість сертифікацій та витрати, що несуть господарства в період переходу від традиційного до органічного виробництва, що може сягати більше 3 років в умовах відсутності підтримки з боку держави. Крім того, вагомою перешкодою є невідпрацьованість ланцюга збуту органічної продукції та необхідність формувати великі партії продукції для експорту. Напрямом подолання цих проблем може стати кооперація виробників органічної продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням виробництва органічної продукції в Україні приділяли увагу у своїх наукових працях В. Ільчук [6], О. Ходаківська [1], А. Чмут [13]. Окремі питання, пов'язані з ціновою політикою та збутом органічної продукції, розглядали: С. Бережна [12], Н. Новак [7], І. Чичкало-Кондрацька [8]. Питання кооперації виробників в Україні актуальне вже багато років і знайшло своє відображення у працях великої кількості

дослідників: В. Зіновчука [16], Л. Молдаван [10], О. Могильного [10], Ю. Ушкаренко [16] та ін.

**Виділення недосліджених частин загальної проблеми.** Незважаючи на те, що різні аспекти, пов'язані з виробництвом в Україні органічної продукції, досить широко розкриваються у працях вітчизняних дослідників, питанню кооперації в органічній сфері приділено не досить уваги.

**Мета статті** – доведення переваг кооперації для виробників органічної продукції на основі проведення аналізу розвитку ринку органічної продукції в Україні та світі.

**Виклад основного матеріалу.** У науковій літературі поряд із поняттям «органічне виробництво» часто застосовують словосполучення «екологічне виробництво» або «біологічне», які використовують як синоніми. Постановою Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 року, яка є основним нормативно-правовим актом Європейського Союзу, що регулює відносини у сфері органічного виробництва і маркування органічних продуктів, визначено, що органічне виробництво – це цілісна система господарювання та виробництва харчових продуктів, яка поєднує в собі найкращі практики з огляду на збереження довкілля, рівень біологічного розмаїття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів належ-

ного утримання (добробуту) тварин та метод виробництва, який відповідає певним вимогам до продуктів, виготовлених з використанням речовин і процесів природного походження [2]. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» від 03.09.2013 року № 425-VII у визначенні поняття «виробництво органічної продукції» концентрує увагу на технології виробництва для отримання натурального (екологічно чистого) продукту.

Нині виробництвом органічної продукції займаються 172 країни світу. Ринки органічного продовольства успішно функціонують у багатьох країнах світу. Насамперед це США та ЄС, де сформована необхідна ринкова інфраструктура. Загальна територія сертифікованих органічних земель становить близько 43,2 млн га. В Європі налічується 11,6 млн га земель, зайнятих органічним виробництвом. Країни з найбільшою кількістю органічних земель: Австралія – 17,2 млн га, Аргентина – 3,1 млн га, США – 2,2 млн га, Китай – 1,9 млн га, Італія – близько 1,4 млн га [3]. Основними ринками збуту органічної продукції є Німеччина, Франція, Швейцарія, Іспанія, Італія.

В Україні є інтерес до органічного сільськогосподарського виробництва, а також є певний досвід наявних (близько 390) сертифікованих органічних господарств. Перші сертифіковані органічні ферми виникли завдяки переходу на органічне виробництво в Європейському Союзі у 90-х роках [4]. Показники розвитку органічного землеробства в Україні наведені в табл. 1.

Нині частка сертифікованих органічних сільськогосподарських угідь в загальній їх кількості

становить близько 1%. Внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні оцінюється в 33 млн євро.

Більшість виробників спеціалізуються на виробництві зернових на експорт. У структурі органічних земель під зернові відведено 48,1% площ, під олійні – 16,2%, під бобові – 4,6%, під овочі – 2%. У структурі виробництва зернових органічних продуктів найбільшу частку займає пшениця і спельта (47,2%), ячмінь (21,2%). Серед олійних переважає соняшник (65,5%) та ріпак (21,2%) [3]. Можна стверджувати, що органічне виробництво є пріоритетним напрямом розвитку аграрного сектору економіки [5; 6]. Проте нині ринок органічної продукції в Україні розвивається не досить стрімко порівняно з іншими країнами Європи. Це зумовлено низкою факторів. Серед них найвагомим є необхідність значних фінансових вкладень як для забезпечення технологічних вимог під час відтворення органічного виробництва, так і на його сертифікацію. У більшості країн органічні господарства підтримуються державою як у перехідний період, так і під час сертифікації. В Україні нині така підтримка відсутня. Водночас вартість органічної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках вища, ніж на аналогічні товари, вироблені за звичайної технології. У цій ситуації внутрішній ринок України є менш привабливим для виробників органічної продукції через низький рівень платоспроможності споживачів. Дозволити собі купувати продукти за ціною в 2,5–3 рази вищою, ніж органічні, може дозволити собі не кожен українець, що обмежує ринок. Українці споживають органічну продукцію на рівні 0,30 євро на душу

**Таблиця 1 – Показники розвитку органічного землеробства України**

Роки	Загальна площа органічних сільськогосподарських угідь, тис. га.	Кількість сертифікованих органічних господарств в Україні	Середня площа одного сертифікованого господарства в Україні, тис. га	Внутрішній ринок органічних продуктів, млн Є
2003	164,45	31	5,3	н/д
2004	240,0	70	3,4	н/д
2005	241,98	72	3,4	0,2
2006	242,03	80	3,0	0,4
2007	249,87	92	2,7	0,5
2008	269,98	118	2,3	0,6
2009	270,19	121	2,2	1,2
2010	270,23	142	1,9	2,4
2013	393,4	175	2,2	12,2
2014	400,76	182	2,2	14,5
2015	410,55	210	2,0	17,5
2016	381,2	294	0,9	21,2
2017	289	304	0,7	29
2018	309	501	0,7	33

Джерело: складено автором на основі [4]

населення. Тенденція до зростання споживання високоякісних продуктів присутня здебільшого у великих містах. На ринках західних країн, незважаючи на націнку 15–50%, органічні продукти користуються значним попитом, який перевищує наявну пропозицію [7].

Таким чином, проведений аналіз тенденцій розвитку органічного виробництва дає можливість виділити сильні та слабкі сторони його розвитку в Україні та сформувати відповідну SWOT-таблицю (рис. 1).

Саме експорт органічної продукції на зовнішні ринки може стати рушійною силою розвитку органічного сектору України, стабільним джерелом доходу українських товаровиробників [8]. Експорт органічної продукції нині переважно здійснюється через сертифіковані зовнішньоторговельні компанії, які працюють із великими партіями товару. Українські трейдери укладають договори з виробниками органічної продукції, формуючи із невеликих органічних обсягів продукції великі партії, часто покривають витрати на сертифікацію, здійснюють зберігання, упаковку,

транспортування, аналіз продукції та продаж європейським трейдерам або кінцевим споживачам. Відповідно і найбільший зиск від експорту органічної продукції отримують саме вони.

Для того, щоб український фермер-виробник органічної продукції зміг повною мірою скористатися перевагами від виробництва й експорту органічної продукції, необхідно укласти договори безпосередньо з європейськими імпортерами, а це можливе лише за умови великої партії товару. У цій ситуації вирішенням проблеми малих обсягів виробництва є створення органічних кооперативів.

Згідно з нормами Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію», кооперативи поділяються на два види – виробничі й обслуговуючі. У літературі для їх найменувань використовують різні терміни: для перших – «горизонтальні», «кооперативи першого рівня»; для других – «вертикальні», «міжфермерські», «кооперативи другого рівня» [9, с. 36]. Якщо виробничі кооперативи об'єднують громадян, то обслуговуючі – первинних товаровиробників сільськогосподарської продукції. Обслуговуючі кооперативи створюються

<p style="text-align: center;"><b>Strength</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ефективне використання природних ресурсів та підвищення якості і безпечності продукції харчування;</li> <li>- велика кількість земель придатних для органічного виробництва;</li> <li>- ріст обсягу рину органічної продукції;</li> <li>- ріст кількості виробників органічної продукції<sup>4</sup></li> <li>- збільшення обсягу експорту органічної продукції з України;</li> <li>- підвищення обізнаності виробників щодо технології органічного виробництва та його переваг.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дрібнотоварне виробництво;</li> <li>- висока вартість сертифікації;</li> <li>- перехідний період 2-4 роки;</li> <li>- низький попит на внутрішньому ринку внаслідок низької платоспроможності населення;</li> <li>- дефіцит професійних кадрів в сфері органічного виробництва;</li> <li>- незадовільний фінансовий стан більшості потенційних виробників органічної продукції;</li> <li>- зниження ефективності ведення органічного бізнесу внаслідок дії великої кількості посередників.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- визнання на державному рівні пріоритетності виробництва органічної продукції;</li> <li>- впровадження державної підтримки органічного виробництва;</li> <li>- збільшення попиту на органічну продукцію на внутрішньому і зовнішньому ринках;</li> <li>- кооперація виробників органічної продукції;</li> <li>- формування каналів прямого продажу органічної продукції.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- низька мотивація виробників;</li> <li>- недосконалість законодавчої бази в сфері органічного виробництва;</li> <li>- монополізація каналів збуту органічної продукції на зовнішні ринки;</li> <li>- падіння цін на органічні товари, що позначиться на ефективності виробництва;</li> <li>- посилення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках.</li> </ul>

**Рисунок 1 – SWOT-аналіз розвитку органічного виробництва в Україні**

*Джерело: авторська розробка*



**Рисунок 2 – Характеристика ланцюга прямого експорту органічної сільськогосподарської продукції**

*Джерело: авторська розробка на основі [11]*

для задоволення потреб виробників сільськогосподарської продукції в сировині, у збуті виробленої продукції.

Залежно від виду діяльності обслуговуючі кооперативи поділяються на переробні, заготівельно-збутові, постачальницькі, сервісні та інші. Обслуговуючі кооперативи створюються для надання комплексу послуг, пов'язаних із виробництвом, переробкою, збутом продукції рослинництва, тваринництва, лісівництва і рибництва. Обслуговуючі кооперативи не ставлять за мету отримання прибутку [10, с. 127–128].

Основною метою створення сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу серед виробників органічної продукції, зокрема продукції рослинництва, має бути забезпечення основних вимог ведення органічного виробництва, формування

великих партій однорідного продукту, його зберігання та упакування. Крім того, створення спеціалізованого органічного обслуговуючого кооперативу забезпечить розподіл витрат між його членами на сертифікацію та полегшить саму процедуру.

За кордоном є поширеною практика органічної сертифікації груп дрібних землевласників. Виробники перевіряються не стовідсотково, а вибірково, після чого сертифікат видається на кооператив чи групу, що, з одного боку, зумовлює взаємну відповідальність таких підприємств та дотримання ними певних стандартів, а з іншого – допомагає зменшити та оптимізувати витрати на таку сертифікацію.

Кооперація дозволяє виробникам здійснювати прямий продаж органічної продукції закордонному імпортеру. Практика європейських країн

**Таблиця 2 – Канали збуту органічної продукції в деяких країнах світу**

Країна	Обсяг ринку, млрд. дол. США	Канали збуту продукції
США	27	Спеціалізовані магазини, мережа роздрібної торгівлі, прямі продажі
Німеччина	9,5	Спеціалізовані магазини здорового харчування
Італія	2,6	Спеціалізовані магазини і супермаркети
Франція	6,7	Спеціалізовані магазини, біосупермаркети, напряму у фермера
Чехія	1,7	Спеціалізовані магазини

*Джерело: складено автором на основі [1; 13; 14]*

показує, що прямиї експорт є найкращою та найефективнішою для виробника формою виходу на закордонний ринок. Характеристика ланцюга прямого експорту органічної сільськогосподарської продукції наведена на рис. 2.

Для успішного виходу на європейський ринок українські органічні виробники повинні знайти компетентного імпортера, що обізнаний у механізмі функціонування такого ринку, а саме щодо потреб в імпорті відповідної органічної продукції, вимог щодо упаковки, маркування та контролю якості. Більшість з імпортерів самостійно реалізує органічну продукцію через власні канали збуту (як правило, це мережі супермаркетів чи Інтернет-магазини).

Українські експортери, що зацікавлені в пошуку потенційних покупців і партнерів, можуть також використовувати відповідний B2B-сектор ринку [12]. Канали збуту органічної продукції в деяких країнах наведені в табл. 2.

Найважливішими каналами збуту є великі продовольчі магазини, які поряд із традиційними товарами пропонують великий асортимент органічної продукції. У більшості країн на ці магазини припадає понад 50% загального продажу органічної продукції.

У Великобританії, Данії, Фінляндії, Швеції та Швейцарії через супермаркети реалізують понад 75% органічної продукції. Однак ця тенденція є характерною не для усіх країн Європи. Для прикладу, у Німеччині та Нідерландах ключова роль у реалізації органічних харчових продуктів належить спеціалізованим крамницям здорового харчування. У Швейцарії органічна продукція реалізується переважно у мережі супермаркетів COOP і Migros. Водночас існують невеликі роздрібні та спеціалізовані магазини [1].

Нині кооперативи у органічному секторі сільськогосподарства України поки що не є популярною формою господарювання, проте є приклади створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, які мають досвід сертифікації свого органічного виробництва рослинницької та тваринницької продукції. Зокрема, це: СОК «Надія», «Сновянка», «Жуківський дар» (Чернігівська область), СОК «Чиста флора» (Івано-Франківська область), також найбільший в Україні Перший національний аграрний кооператив, який активно працює у Хмельницькій області [15].

Органічний кооператив за своєю сутністю є співдружністю товаровиробників, які добровільно кооперуються між собою, є в ньому одночасно власниками та працівниками, з метою отримання більшого економічного ефекту, передусім від синергізму спільної діяльності [16]. Для досяг-

нення високого синергетичного ефекту безпосередньо в органічних кооперативах потрібно забезпечити виконання таких умов, як: єдність цілей його членів; спеціалізація кооперативу на певних видах діяльності, відповідність їй структури виробництва його членів; кооператив повинен мати достатній обсяг замовлень від своїх членів на надання послуг та достатній рівень фінансового та матеріально-технічного забезпечення; чітке дотримання зобов'язань членами кооперативу щодо участі в його діяльності; процес організації кооперативу має складатися з кількох послідовних етапів, жоден з яких не може бути пропущений без ризику для досягнення його цілей; умови надання послуг кооперативом мають будуватися на неприбутковій основі за собівартістю в сільськогосподарських обслуговуючих кооперативах; оцінка економічної ефективності діяльності кооперативу має здійснюватися через покращення показників діяльності у підприємствах – членах; досконало розроблений Статут і Правила господарської діяльності та їх дотримання – необхідна умова демократичного управління й ефективної діяльності кооперативу й одержання позитивного синергетичного ефекту; управління в кооперативі вимагає досвіду, професійних знань і високої кваліфікації та культури управлінського персоналу.

**Висновки.** В Україні поступово спостерігається тенденція до збільшення чисельності органічних сертифікованих господарств та розширення площі сільськогосподарських угідь, придатних для виробництва такої продукції. Водночас внутрішній ринок органічної продукції є малорозвиненим. Попит на цю продукцію в європейських країнах перевищує наявну пропозицію, а отже, дає можливість українським виробникам стати активним учасником ринку міжнародної торгівлі органічною продукцією. Перешкодою цьому є те, що дрібнотоварні виробники із власною продукцією залишаються поза основними заготівельно-збутовими ланцюгами товарних поставок як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Тому в подальшому перспективним напрямом розвитку ринку органічної продукції є створення кооперативів, які об'єднуюватимуть органічні дрібнотоварні господарства.

Кооперація надає можливості дрібнотоварним виробникам конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках за рахунок створення належної заготівельно-збутової матеріально-технічної бази, узгодженості щодо виробництва однорідної продукції, формування товарних партій продукції, забезпечення систематичних поставок продукції впродовж року, розвитку первинної та поглибленої переробки сільськогосподарської продукції.

**Список використаних джерел:**

1. Ходаківська О.В. Екологізація аграрного виробництва: монографія / О.В. Ходаківська. К.: ННЦ ІАЕ, 2015. 350 с.
2. Постанова Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 року. URL: [http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/ec/EU%20Reg\\_834\\_2007%20Organic%20Production\\_UA.pdf](http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/ec/EU%20Reg_834_2007%20Organic%20Production_UA.pdf) (дата звернення: 20.04.2020).
3. The statistical yearbook «The World of Organic Agriculture». URL: <https://shop.fibl.org/chen/mwdownloads/download/link/id/747/> (дата звернення: 27.04.2020).
4. The Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) URL: <https://www.organic-world.net/> (дата звернення: 17.04.2020).
5. Концепція державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2021 року від 30 грудня 2015 р. № 1437-р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1437-2015-%D1%80> (дата звернення: 25.03.2020).
6. Ільчук В.П., Штирхун Х.І. Органічне виробництво як пріоритетний напрям розвитку аграрного сектора національної економіки. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 1 (5). С 14–22.
7. Новак Н.П. Особливості ціноутворення на органічну продукцію та засоби його удосконалення й використання в управлінні виробництвом. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 2 (34). С. 51–55.
8. Чичкало-Кондрацька І.Б., Федіна О.І. Перспективи розвитку експорту української органічної продукції до Європейського Союзу. *Економічний простір*. 2006. №105. С. 34–46.
9. Минина Е.Л. Сельскохозяйственная кооперация: правовое регулирование. *Государство и право*. 1997. № 11. С. 32–41.
10. Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація: Словник-довідник/За заг. ред. Р.Я. Корінця, М.П. Гриценка, М.Й. Малика. Львів: НВФ «Українські технології», 2010. 160 с.
11. Практичний довідник органічного експортера до ЄС. URL: <http://agritrade-ukraine.com/> (дата звернення: 16.04.2020).
12. Бережна Ю.С. Канали збуту органічної продукції: міжнародний аспект та вітчизняна практика. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 4. Т. 4. С. 198–204.
13. Чмут А.В. Виробництво органічної продукції в Україні та світі: перспективи Херсонської області. *Економіка південного регіону: проблеми, стратегії, моніторинг*: колективна монографія. Херсон: ПП Вишемирський, 2017. 216 с.
14. European organic market grew by double digits and organic area reached 13.5 million hectares in 2016. URL: [www.fibl.org/.../mr-europe-world-of-organic-2018.docx](http://www.fibl.org/.../mr-europe-world-of-organic-2018.docx) (дата звернення: 29.04.2020).
15. Перший національний аграрний кооператив. URL: <http://pna.com.ua/> (дата звернення: 15.03.2020).
16. Ушкаренко Ю.В. Сільськогосподарська кооперація в еволюційному вимірі: монографія. Херсон: Айлант, 2009. 404 с.

**References:**

1. Khodakivska O.V. (2015) Ekologizatsiia ahrarynoho vyrobnytstva: monohrafiia. K.: NNTs IAE. 350 p.
2. Postanova Rady (YeS) № 834/2007 vid 28 chervnia 2007 roku (2017) Available at: [http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/ec/EU%20Reg\\_834\\_2007%20Organic%20Production\\_UA.pdf](http://organicstandard.com.ua/files/standards/ua/ec/EU%20Reg_834_2007%20Organic%20Production_UA.pdf) (accessed 20 April 2020).
3. The statistical yearbook «The World of Organic Agriculture». Available at: <https://shop.fibl.org/chen/mwdownloads/download/link/id/747/> (accessed 27 April 2020).
4. The Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) Available at: <https://www.organic-world.net/> (accessed 17 April 2020).
5. Kontsepsiia derzhavnoi tsilovoi prohramy rozvytku ahrarynoho sektoru ekonomiky na period do 2021 roku vid 30 hrudnia 2015 r. № 1437-r. (2015) Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1437-2015-%D1%80> (accessed 25 March 2020).
6. Ilchuk V.P., Shtyrkhun Kh.I. (2016) Orhanichne vyrobnytstvo yak priorytetnyi napriam rozvytku ahrarynoho sektora natsionalnoi ekonomiky. *Naukovyi visnyk Polissia*. Vol. 1 (5). pp. 14–22.
7. Novak N.P. (2016) Osoblyvosti tsinoutvorennia na orhanichnu produktsiiu ta zasoby yoho udoskonalennia y vykorystannia v upravlinni bnystvom. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*. Vol. 2 (34). pp. 51-55.
8. Chychkalo-Kondratska I.B., Fedina O.I. (2006) Perspektyvy rozvytku eksportu ukrainskoi orhanichnoi produktsii do Yevropeiskoho Soiuzu. *Ekonomichniy prostir*. Vol.105. pp. 34–46.
9. Mynyna E.L. (1997) Selskokhoziaistvennaia kooperatsiia: pravovoe rehulyrovanye. *Hosudarstvo y pravo*. Vol. 11. pp. 32–41.
10. Silskohospodarska obsluhovuiucha kooperatsiia: Slovnyk-dovidnyk / Za zah. red. R.Ia. Korintsia, M.P. Hrytsenka, M.I. Malika. Lviv: NVF «Ukrainski tekhnolohii», 2010. 160 p.
11. Praktychnyi dovidnyk orhanichnoho eksportera do YeS. Available at: <http://agritrade-ukraine.com/> (accessed 16 April 2020).
12. Berezhna Y.S. (2010) Kanaly zbutu orhanichnoi produktsii: mizhnarodnyi aspekt ta vitchyzniana praktyka. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. Vol. 4. T. 4. pp. 198–204.
13. Chmut A.V. (2017) Vyrobnytstvo orhanichnoi produktsii v Ukraini ta sviti: perspektyvy Khersonskoi oblasti. *Ekonomika pivdennoho rehionu: problemy, stratehii, monitorynh*: kolektyvna monohrafiia. Kherson: P.P. Vyshemyrskiy, 2017. 2016 p.
14. European organic market grew by double digits and organic area reached 13.5 million hectares in 2016. Available at: [www.fibl.org/.../mr-europe-world-of-organic-2018.docx](http://www.fibl.org/.../mr-europe-world-of-organic-2018.docx) (accessed 29 April 2020).
15. Pershyi natsionalnyi ahraryni kooperatyv. Available at: <http://pna.com.ua/> (accessed 15 March 2020).
16. Ushkarenko I.V. (2009) Silskohospodarska kooperatsiia v evoliutsiinomu vymiri: monohrafiia. Kherson: Ailant. 404 p.

Ushkarenko Iuliia, Chmut Anna, Soloviov Andrii  
Kherson State University

## ADVANTAGES OF COOPERATIVE INTERACTION IN THE PRODUCTION AND EXPORT OF ORGANIC PRODUCTS

*Organic production is by far one of the most promising and cost-effective types of business, as the practice of Western countries shows that prices for organic products are higher by 20–50%, and sometimes exceed 300% compared to traditionally grown products. This is driven by growing consumer interest in healthy, high-quality nutrition and environmental concerns. The bulk of organic production is sold in the highly industrialized countries of the world. In particular, about 90% of its total consumption comes from Western Europe and North America. Thus, in place of the existing agricultural model, «bigger and cheaper», a new model «better and safer» is coming. The gradual greening of the food market, and the ever-growing interest in the world in this type of produce, makes it possible for Ukraine to become an active participant in the competition on it. An obstacle to this is that small-scale producers with their own products remain outside the main supply chains of supply, both in the domestic and foreign markets. Therefore, the further promising direction for the development of the organic produce market is the creation of cooperatives that will unite organic small-scale farms. The purpose of the study is to prove the benefits of cooperation for organic producers based on analysis of the development of Ukrainian and world organic market. The main trends of organic production development in Ukraine and the world are investigated in the article, based on which the table of SWOT-analysis is formed. It is determined that organic production and export is a priority direction of development of agrarian sector of economy of Ukraine. An important factor that does not negate the obstacles to the development of this area is the cooperation of producers of organic products. A promising direction for the development of the organic produce market is the creation of cooperatives that will combine organic small-scale farms. The cooperation provides opportunities to create a proper procurement and logistical base, to agree on the production of homogeneous products, to form commodity batches of products, to ensure the systematic supply of products throughout the year.*

**Key words:** organic goods, organic production, organic market, cooperative, cooperative, export.

**JEL classification:** Q13, Q17, Q18, Q24.