

Чміль А. С.

*аспірантка кафедри глобальної економіки
Національного університету біоресурсів і природокористування України*

Chmil Alla

*Postgraduate Student at the Department of Economics,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

ДИНАМІКА ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ МЕДУ В УКРАЇНІ

Анотація. Світогосподарські тенденції позначаються глобалізацією продовольчих ринків, яка є специфічною ознакою сучасного і майбутнього розвитку агропродовольчого ринку України. За цих умов актуальності набуває проблема формування конкурентних переваг аграрних підприємств і розвитку конкурентних відносин у контексті євроінтеграційних перспектив і посилення інтеграційних зв'язків України. Наслідком жорсткої конкуренції у глобальному вимірі є оптимальний розподіл ресурсів, виявлення найбільш перспективних господарюючих суб'єктів, ефективне їх функціонування, задоволення попиту споживачів. Україна традиційно є одним з основних виробників меду у світі і може реалізовувати свої національні конкурентні переваги у тому числі за рахунок продукції бджільництва. Проте щоб Україна могла отримати позитивний ефект, а порівняльні переваги носили довготривалий характер, необхідно мати ефективну ринкову економіку, функціонування якої вимагає формування належного ринкового середовища, без якого неможливий цивілізований ринок, і передусім аграрний. Ці положення викликають науковий інтерес і зумовлюють вибір напряму дослідження.

Ключові слова: експорт, експортний потенціал, ринок, мед, зовнішньоекономічна діяльність.

Вступ та постановка проблеми. Україна входить до шістки найбільших виробників меду у світі, щороку виробляючи 4–5% світового виробництва. Проте спостерігаються значні коливання виробництва меду через низку обставин: спостерігається негативна тенденція до скорочення чисельності бджолиних сімей та зниження їхньої продуктивності, недостатня кормова база, неврегульоване використання пестицидів, що призводить до отруєння бджіл, зменшення поголів'я худоби, зменшення посівних площ, недостатні квоти на мед та ін. Вирішення цих та інших проблем галузі бджільництва потребує зваженої державної політики.

Однак, попри наявні дослідження, сьогодні недостатньо розглянуто питання формування конкурентоспроможності ринку меду й економічних механізмів його функціонування в умовах глобалізаційних процесів та реалізації євроінтеграційних прагнень України в парадигмі сталого розвитку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням вивчення ринку аграрної продукції, підвищення ефективності її виробництва, ціноутворення, формуванню ринкового механізму в агропромисловому комплексі приділяли увагу такі вітчизняні вчені, як: П.Г. Борщевський, П.І. Гайдучкий, М.Я. Дем'яненко, А.Д. Діброва, В.Н. Зимовець, С.М. Кваша, І.І. Лукінов, Л.І. Михайлова, Б.Я. Панасюк, Б.Й. Пасхавер, Г.М. Приймак, П.Т. Саблук, О.М. Онищенко, О.М. Шпичак, Л.М. Худолій та ін. Вагомий внесок у розвиток та функціонування галузі бджільництва та розвиток ринку її продукції на різних історичних етапах зробили В.В. Алпатов, А.А. Бойко, Л.І. Боднарчук, С.І. Бугера, А.М. Бутлеров, К.І. Ємець, Д.Б. Жученко, Г.А. Кожевников, М.В. Кравченко, Н.М. Кулагін, Ю.В. Нестерводський, В.П. Поліщук, П.І. Прокопович, Ю.В. Суперсон, О.М. Христенко, С.А. Чехов, П.С. Щербина, О.М. Яценко та ін.

Метою даної роботи є теоретико-методологічне та практичне обґрунтування наукових засад формування й розвитку ринку експортного меду, обґрунтування пріоритетних напрямів реалізації потенціалу галузі з урахуванням глобалізації агропродовольчих ринків. Об'єктом дослідження

виступає процес формування і розвитку ринку меду в умовах глобальних викликів. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі основні завдання:

- дослідити сучасний стан галузі бджільництва в контексті виробництва меду;
- дослідити наявність бджолиних колоній та їхню продуктивність у різних організаційно-правових формах господарювання;
- визначити сучасний стан експортного потенціалу галузі бджільництва України на світовому ринку;
- оцінити конкурентні позиції вітчизняної галузі бджільництва порівняно з основними країнами-конкурентами;
- визначити основні чинники, що впливають на стан розвитку вітчизняної галузі бджільництва.

Результати дослідження.

В Україні бджільництво – одна з галузей, яка дає змогу збільшувати зайнятість населення і відкривати малий та середній бізнес на селі. Сприятливі природно-кліматичні умови України є передумовою розвитку цієї галузі, яка є однією з найбільш привабливих сегментів ринку для іноземних інвестицій та ширшої реалізації її потенціалу. Бджільництво має запилювально-медовий напрям, що забезпечує не лише виробництво продукції, а й використання бджіл як запилювачів ентомофільних сільськогосподарських рослин.

Виробництво меду в Україні, як правило, зосереджено в господарствах населення – 98% і лише 2% виробляється зареєстрованими суб'єктами господарювання, тому на ринку існує велика проблема у підрахунку кількості виробників, кількості виробленого меду та джерел його походження. Офіційна статистична інформація також не завжди надає вірні показники.

За даними Державного комітету статистики України, в усіх категоріях господарств налічується близько 3 млн. бджолиних сімей (табл. 1) [1].

Аналізуючи статистичні дані, бачимо, що у сільськогосподарських підприємствах відбувається значне зменшення кількості бджоломімей – на 42,6%, у господарствах населення також відбувається зменшення кількості сімей – на 11,3%. Такі негативні тенденції пояснюються

Динаміка кількості бджолиних сімей в Україні у 2012–2019 рр.

Показник	Наявність бджолосімей у с/г підприємствах, тис сімей	Питома вага, %	Наявність бджолосімей у господарствах населення, тис сімей	Питома вага, %	Всього
2012	83,9	2,9	2807,0	97,1	2890,9
2013	77,4	2,6	2858,1	97,4	2935,5
2014	71,0	2,4	2914,8	97,6	2985,8
2015	59,0	2,2	2640,6	97,8	2699,6
2016	49,9	1,9	2540,1	98,1	2590,0
2017	47,1	1,9	2440	98,1	2487,1
2018	43,5	1,8	2480,2	98,2	2523,7
2017/2018 %	107,7	-	98,4	-	98,5

Джерело: розраховано за даними [1]

тим, що відбувається постійне отруєння бджіл пестицидами, або хімічний токсикоз.

Окрім того, в українському класифікаторі видів економічної діяльності відсутній код, за яким можливо ідентифікувати зареєстрованого суб'єкта господарювання як виробника меду. Даний вид діяльності віднесено до коду 01.49 «Розведення інших тварин» (до якого відносяться кролі, домашні тварини, хутрові, молоски, страуси тощо).

За приблизними підрахунками Мінагрополітики, в Україні налічується близько 400 тис пасічників, які у разі їх реєстрації є потенційними суб'єктами малого бізнесу у формі фермерських господарств та виробничих кооперативів.

Фактично сьогодні кожен сотий українець займається бджільництвом. Виробництво меду в Україні забезпечує повністю внутрішню споживчу потребу країни та в 2017 р. становило 67 848 т. Однак даний показник не відповідає реальній ситуації на ринку. Починаючи з 2014 р. статистика показує спад виробництва меду – з моменту запровадження житлово-комунальних пільг для населення, які мають безпосередній вплив на зниження доходів, отриманих від реалізації сільськогосподарської продукції.

Якщо в 2013 р. виробництво становило 73 713 т, то в 2014 р. цей показник знизився на 10%, а в 2017 р. – до 20%. Як наслідок, офіційна статистика у 2017 р. зафіксувала практично повне співпадіння між показниками експорту та внутрішнім виробництвом меду (96%).

У результаті обсяг споживання населенням у 2017 р. становив лише 60 г на одну особу на рік. Це свідчить про повне викривлення офіційної інформації щодо виробництва меду за останні роки. Таким чином, ризикуючи втратити соціальну пільгу, сільське населення шляхом зниження доходів створило умови для «сірої зони» виробництва меду.

Майже 57 тис т, або 80% усього українського меду, експортується (переважно до ЄС). Потенціал виробництва, виходячи із посівів медоутворюючих рослин, – до 140 тис т меду на рік. Також важливою проблемою є те, що в Україні не діють жодні обов'язкові вимоги до якості меду, а існуючий держстандарт є добровільним. Також на даному графіку зображено динаміку експорту за заданий період, адже ринок меду в Україні має експортну орієнтацію. Україна щороку посідає друге-третє місце серед світових експортерів, поступаючись лише Китаю та Аргентині.

Порівняно з 2011 р. такі обсяги зросли майже у сім разів. Зокрема, у 2011 р. Україна експортувала 9 873 т, а в 2017 р. – 67 848 т. Валютна виручка від експорту меду в 2011 р. становила 27 821 тис дол. США, а в 2017 р. – 133 821 тис дол. США.

Значний попит на український мед у ЄС, що підтверджується вибором тарифної квоти вже протягом першого місяця року. У рамках співпраці з ЄС (Зона вільної торгівлі) Україна отримала тарифну квоту для меду за ставкою 0% у розмірі 5 тис т. При цьому 28.06.2017 Рада ЄС погодилась пропозицію Європейського Парламенту стосовно збільшення квот для України. Зокрема, квота для меду була збільшена на 2,5 тис т. Квота розподіляється за принципом «перший прийшов – перший отримав» серед власників сертифікатів EUR.1. Ставка мита понад квоту становить 17,3%. За останні роки обсяги експорту меду до ЄС зросли більше ніж у 8,4 рази. Порівняно з 2011 р. обсяги експорту меду до ЄС збільшилися з 5 761 до 48 315 т.

Водночас у рамках Угоди про асоціацію Україна взяла на себе зобов'язання запровадити європейські вимоги до меду, які зафіксовані у Директиві Ради 2001/110 / ЄС. Україна повинна зробити це до кінця 2019 р.

Висновки. Отже, проаналізувавши ринок меду в Україні, можна зазначити, що потрібно вирішити проблему не

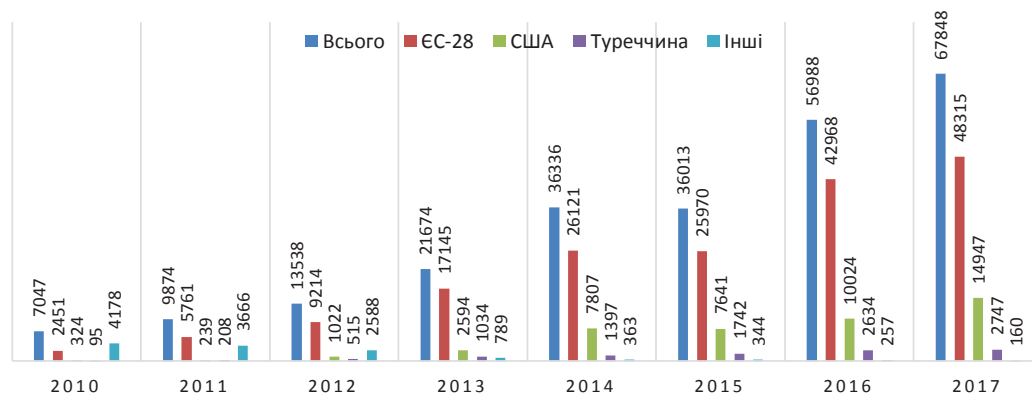


Рис. 1. Динаміка структури експорту меду за країнами, т

Джерело: Державна служба статистики України

тільки розширення географії експорту меду, а й проблеми щодо розвитку бджільництва в Україні. Серед таких проблем – дрібнотоварне виробництво, мала кількість каналів збуту продукції, недостатнє впровадження маркетингових розробок і технологій тощо. Крім того, необхідно збільшувати кількість бджолиних колоній на території України та забезпечити охорону їхнього здоров'я, для цього треба підвищувати рівень обізнаності бджільників та фермерів та налагодити діалог між ними. Загальна підтримка й охорона сфери бджільництва та випуску і переробки меду, запровадження у цій сфері державних заходів, спрямованих на її підтримку, дадуть змогу українським підприємствам утримувати конкурентні позиції на світовому ринку

та поліпшувати їх. Деструктивний вплив чинників макросередовища також зумовлює обмежену місткість вітчизняного ринку продукції бджільництва та стримує експортоорієнтований вектор розвитку галузі. Виходячи із цього, подальші дослідження будуть спрямовані на теоретичне та практичне обґрунтування напрямів розвитку галузі, формування ринкової інфраструктури галузі, логістики й удосконалення системи законодавчого регулювання і підтримки бджільників, а також створення доданої вартості продукції і галузі. Стратегічною метою розвитку галузі повинно стати досягнення сталого та високоефективного аграрного виробництва продукції бджільництва для задоволення потреб внутрішнього та зовнішнього ринків.

Список використаних джерел:

1. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. URL : <http://www.consumer.gov.ua/ContentPages/Reestri/38> (дата звернення: 14.07.2018).
2. Малік М.І. Конкуренгоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : монографія. Київ : Інститут аграрної економіки, 2007. 270 с.
3. Маркетинговое исследование украинского импорта и экспорта натурального меда – alliance capital management. URL : http://marketing.vc/marketing_research/ukr-marketingovoe-issledovanieukrainskogo-importa-i-eksporta-naturalnogo-meda.html (дата звернення: 20.07.2018).
4. Balassa B. Trade liberalization and Reveal Comparative Advantage. *Manchester School of Economic and Social Studies*. 1965. Vol. 33. P. 99–123.
5. Honey Natural Trade. URL : http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/040900/#Product_Connections (дата звернення: 20.07.2018).
6. Phipps R. International Honey Market. URL : <http://www.ahpanet.com/page/IntlHoneyMarket> (дата звернення: 20.07.2018).
7. Piaskouski P. The evolution of the pattern of Polish agri-food trade on EU market. *Сельское хозяйство – проблемы и перспективы* ; ГГАУ. Гродно, 2005. С. 88–92.
8. Top 10 Honey Producing Countries. URL : <http://www.mapsofworld.com/world-top-ten/honey-producing-countries.html> (дата звернення: 20.07.2018).
9. Trade statistics for international business. URL : <http://www.trademap.org/index.aspxReferences> (дата звернення: 11.08.2018).
10. Workman D. Natural Honey Exports by Country. URL : <http://www.worldstopexports.com/natural-honey-exporters/> (дата звернення: 11.08.2018).

References:

1. State Service of Ukraine for Food Safety and Consumer Protection URL:<http://www.consumer.gov.ua/ContentPages/Reestri/38> (accessed: 14.07.2018).
2. Malik M.J. Konkurentospromozhnistj aghrarnykh pidpryemstv: metodologhija i mekhanizmy [Competitiveness of agricultural enterprises: methodology and mechanisms] –Kyiv:Instytut aghrarnoji ekonomiky, 2007. – 270 s.
3. Marketingovoe issledovanie ukrainskogo importa i jeksporta natural'nogo meda [Marketing research of Ukrainian import and export of natural honey] – alliance capital management URL: http://marketing.vc/marketing_research/ukr-marketingovoe-issledovanieukrainskogo-importa-i-eksporta-naturalnogo-meda.html (accessed: 20.07.2018).
4. Balassa B. Trade liberalization and Reveal Comparative Advantage/ Manchester School of Economic and Social Studies – 1965. – Vol. 33. – P. 99–123.
5. Honey Natural Trade. URL: http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/040900/#Product_Connections (accessed: 20.07.2018).
6. Phipps R. International Honey Market/URL: <http://www.ahpanet.com/page/IntlHoneyMarket> (accessed: 20.07.2018).
7. Piaskouski P. The evolution of the pattern of Polish agri-food trade on EU marketSel'skoe hozjajstvo – problemy i perspektivy; GGAU. – Grodno, 2005. – С. 88-92.
8. Top 10 Honey Producing Countries URL: <http://www.mapsofworld.com/world-top-ten/honey-producing-countries.html> (дата звернення: 20.07.2018).
9. Trade statistics for international business URL: <http://www.trademap.org/index.aspxReferences> (accessed: 11.08.2018).
10. Workman D. Natural Honey Exports by Country / URL: <http://www.worldstopexports.com/natural-honey-exporters/> (accessed: 11.08.2018).

ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА И ЭКСПОРТА МЕДА В УКРАИНЕ

Аннотация. Мировозьяственныи тенденции обуславливаются глобализацией продовольственных рынков, которая является специфическим признаком настоящего и будущего развития агропродовольственного рынка Украины. В этих условиях актуальность приобретает проблема формирования конкурентных преимуществ аграрных предприятий и развития конкурентных отношений в контексте евроинтеграционных перспектив и усиления интеграционных связей Украины. Следствием жесткой конкуренции в глобальном измерении является оптимальное распределение ресурсов, выявление наиболее перспективных хозяйствующих субъектов, эффективное их функционирование, удовлетворение спроса потребителей. Отечественный потребительский рынок сельскохозяйственной продукции и сырья в целом и пчеловодства в частности активно развивается и представлен в широком ассортименте. Однако чтобы Украина могла получить положительный эффект, а сравнительные преимущества носили долговременный характер, необходимо иметь эффективную рыночную экономику, функционирование которой требует формирования надлежащей рыночной среды, без которой невозможен цивилизованный рынок, и аграрный в первую очередь. Эти положения вызывают научный интерес и обуславливают выбор направления исследования.

Ключевые слова: экспорт, экспортный потенциал, рынок, мед, внешнеэкономическая деятельность.

DYNAMICS OF PRODUCTION AND EXPORT OF HONEY IN UKRAINE

Summary. Global economic trends are marked by the globalization of the food markets, which is a specific feature of the current and future development of the Ukrainian agri-food market. Under these conditions, the problem of formation of competitive advantages of agricultural enterprises and development of competitive relations in the context of European integration prospects and strengthening of integration ties of Ukraine becomes relevant. The consequence of the fierce competition in the global dimension is the optimal allocation of resources, identification of the most promising business entities, their effective functioning, and satisfaction of consumer demand. The domestic consumer market for agricultural products and raw materials in general, and beekeeping in particular, is actively developing and represented in a wide range. Ukraine is traditionally one of the main producers of honey, and can realize its national competitive advantages, including through bee products. However, for Ukraine to have a positive effect and long-term comparative advantages, it is necessary to have an efficient market economy, the functioning of which requires the formation of a proper market environment, without which a civilized market is impossible, and agrarian in the first place. These provisions are of scientific interest and determine the direction of study. Thus, analyzing the honey market in Ukraine, it can be noted that it is necessary to solve the problem not only expanding the geography of exports of honey but also the problems regarding the development of beekeeping in Ukraine. Such problems include fine-commodity production, small number of product sales channels, insufficient introduction of marketing developments and technologies, etc. In addition, it is necessary to increase the number of bee colonies on the territory of Ukraine and provide their health care, it is necessary to raise awareness of beekeepers and farmers and establish dialogue among them. General support and protection of beekeeping sphere and honey production and processing and implementation in this area of state measures aimed at its support will allow Ukrainian companies to maintain competitive positions in the world market and improve their Further. The destructive influence of macro factors also leads to the limited capacity of the domestic market of beekeeping products and restrains the export-oriented vector of industry development. Proceeding from this, further research will focus on theoretical and practical substantiation of industry development directions, formation of market infrastructure, logistics and improvement of legislative regulation and beekeepers support system, and Creation of added value of products and industry. The strategic goal of the industry should be the achievement of sustainable and high-efficiency agricultural production of beekeeping to meet the needs of internal and external markets.

Key words: export, export potential, market, honey, foreign economic activity.