

УКРАЇНА ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ СВІТОВИЙ ЕКСПОРТЕР ОРГАНІЧНОГО НАТУРАЛЬНОГО МЕДУ

О. М. Яценко, д. е. н., професор
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Галузь бджільництва володіє достатнім експортоутворюючим потенціалом, відповідає вимогам глобального попиту та спроможна забезпечити світовий ринок глобальним продуктом. Необхідно зазначити, що у 2016 р. український мед пройшов міжнародну сертифікацію і тепер відповідає вимогам міжнародного стандарту з харчової безпеки FSSC 22000, що підвищить його репутацію перед імпортерами [1]. Необхідно пам'ятати, що мед є найвідомішим продуктом бджіл, але, безумовно, не найважливішим. Бджоли завдяки своїй обпилювальній роботі мають важливе значення для підтримки біорізноманіття планети і абсолютно необхідні для запилення багатьох культур, ентомофільні культури складають 80 % [6, 15]. Тільки в Сполучених Штатах Америки від запилення медоносними бджолами виробляється сільськогосподарської продукції на суму 40 мільярдів доларів [10]. Це передусім фрукти, овочі, горіхи, зернові, круп'яні і технічні культури.

Конкурентні переваги товаровиробників галузі бджільництва України підсилюються зовнішніми факторами, так як у світі обмежена кілька країн забезпечених власним виробництвом. В індустріально розвинених країнах виробництво обмежене рядом об'єктивних і суб'єктивних факторів, зокрема таких, як масова загибель бджіл, обмеженість природних ресурсів, несприятливі природно-кліматичні умови. Проте необхідно зауважити, що у світі відбувається певне зростання площ та обсягів виробництва продукції бджільництва. Найбільшими виробниками меду традиційно є такі країни: Китай (436 тис. т. або 1094 млн. дол. США у 2015 р.), Туреччина (88 тис. т. або 221 млн. дол. США), Аргентина (76 тис. т. або 190 млн. дол. США), Україна (70 тис. т. або 176 млн. дол. США), США (67 тис. т. або 167 млн. дол. США) [2, 7]. Світовими лідерами експорту у 2015 р. залишалися Китай, Аргентина, В'єтнам, Мексика, Україна. Імпорту за той же період – США, Німеччина, Великобританія, Японія, Франція. Необхідно зазначити, що 77 % всього світового експорту меду у вартісних показниках припадає на 15 провідних країн-експортерів, а найбільш динамічно зазначені показники зростали в Україні протягом

2011-2015 рр., так приріст за останні п'ять років становив 245 %, Таїланді – 168 %, Новій Зеландії – 129 % і Мексиці (73 %).

Основними компаніями на світовому ринку натурального меду є: Capilano Honey Ltd (Австралія), Caprilush International (Мексика), Duc Cuong Phat Company Limited (В'єтнам), Dutch Gold Honey (США), Groeb Farms, Inc (США), Navrang SL (Іспанія), Nuxten Health Ltd (Нова Зеландія), Rowse Honey Ltd (Великобританія), Zanchetta Alimentos LTDA (Бразилія), Zhejiang Jiangshan Bee Enterprise Co, Ltd (Китай). Найбільшими експортерами українського меду є компанія «Бартнік» (19% поставок у 1 півріччі 2016 р.), компанія «Агро Іст Трейд», частка якої складає 16 %, концерн «Співдружність» (12%), компанія «Український мед» (10 %) й фірма «Асканія-Пак» (7 %) [4].

За обсягами виробництва та рівнем фактичних порівняльних переваг у зовнішній торгівлі галузь бджільництва України є стратегічною. В країні основними товаровиробниками є приватні господарства. В Україні виробництво меду в усіх категоріях господарств протягом 2011-2016 рр. знизилось. Відповідні тенденції можна пояснити зменшенням сільськогосподарських угідь для галузі бджільництва, адже в Україні відбулась анексія Криму та йдуть військові дії в частині Луганської й Донецької областей. Проте окремі регіони показали зростання виробництва меду (Житомирська, Полтавська, Волинська та ін.), що пояснюється їх географічною близькістю до рину країн ЄС та мегаполісів Країни. У промисловому масштабі в Україні виробляють такі сорти меду: соняшниковий, липовий, гречаний, акацієвий. При цьому на зовнішній ринок Україна поставляє тільки соняшниковий, оскільки саме він виробляється у значних обсягах (70-80% всього виробленого меду в Україні) [3]. Спостерігалось зростання експорту меду з України до 2015 р., проте останні два роки характеризувалися нижчими показниками внаслідок зростання конкуренції з боку китайських та аргентинських виробників, що безумовно вплинуло на показники зовнішньої торгівлі. Значна частина екпортується до країн Європи (26121,4 т або 72 % усіх експортних поставок), зокрема 31,6 % всього обсягу припадало на Німеччину (11472,5 т), 19,2 % надійшли до Польщі (6975,6 т), 5 % до Словаччини (1823 т), 4,9 % до Франції (1783,2 т), 4,3 % до Іспанії (1563,3 т) та 2,2 % до Італії (798,8 т). Другим за обсягом експорту – 23,2 % був американський напрямок (8415,5 т), зокрема 21,5% його було спрямовано до США (7806,6 т) і 1,7 % до Канади (608,7 т) [3, 4].

Доцільно зауважити, що за перше півріччя 2017 р. Україна збільшила експорт меду майже в два рази, порівняно з аналогічним періодом 2016 р. з 15,2 тис. т до 29,6 тис. т. Головними імпортерами

залишаються США (18,9 млн дол. США), Німеччина (10 млн дол.) і Польща (5,6 млн дол.). Експорт в цій галузі зростає кожного року величезними темпами, якщо в 2015 р. його загальний обсяг склав 36 тис. т, то в 2016 р. він становив вже 56,9 тис. т, а це — зростання у півтора рази (58 %). Наразі Європейський Союз є головним ринком збуту для українського меду, у 2016 р. туди було експортовано 43 тис. т або 75 % загального експорту меду. Головні фактори – доступність європейського ринку та низька ціна українського меду, у 2016 р. він був навіть дешевше, ніж китайський [1]. В значній мірі це зумовлено безмитними імпортними квотами на мед до країн ЄС в межах функціонування зони вільної торгівлі та значним попитом, адже квоти на його поставку (5 тис. т у 2016 р. та 5,2 тис. т у 2017 р.) вичерпуються протягом кількох днів. Українські ж експортери оптимальним об'ємом квот вважають 20 тис. т., проте ЄС наразі захищає власного товаровиробника. Нині існують домовленості про поступове збільшення квоти на 3 тис. т щорічно, доки вона не досягне об'єму у 14 тис. т. Цей проект розглядається в Європарламенті. Для вітчизняних товаровиробників це гарна перспектива, адже біля 40% потреб споживачів ЄС у меді натуральному задовольняються за рахунок імпорту. Ринок США також перспективний, адже всього 30% попиту там забезпечується власним виробництвом. Через це американський ринок надзвичайно конкурентний. Зокрема, активно змагаються за свою частку на ньому В'єтнам та Індія. Проте Україна не відстає і знаходиться в лідерах.

Це свідчить про значний експортний потенціал України, проте існує ряд проблем у бджільництві. Головними є дрібнотоварне виробництво, неефективна система збуту, незначна кількість каналів реалізації продукції, відсутність маркетингових розробок і технологій, відсутність інтеграційних процесів, недосконала ринкова інфраструктура. Створюючи глобальний продукт і формуючи його конкурентні переваги необхідно врахувати передовий світовий досвід у визначеній галузі. Світова практика у бджільництві виявляє можливості становлення переваг за рахунок: надання галузі пріоритетного статусу; збалансованої структурної аграрної політики та розвиненого інституційного середовища; індустріального рівня виробництва, що дозволяє інтенсифікувати господарську діяльність; використання сучасної техніки, обладнання, бджолоінвентарю суб'єктами господарювання різних організаційно-правових форм і розмірів; розвиненої системи збуту і здійснення ринкової діяльності на засадах маркетингу та стратегічного менеджменту; комплексного

вирішення проблем глобального і локального рівнів; державної підтримки.

За цих умов вбачається доцільним нарощування експортного потенціалу галузі бджільництва України з одночасною географічною диверсифікацією діяльності і ринків збуту, особливу увагу потрібно звернути, крім США та Європи, на Азіатські країни. Досягти успіху у сучасній конкурентній глобалізованій економіці можливо за рахунок збереження екологічнобезпечних і якісних параметрів виробництва продукції бджільництва, ефективної організації агробізнесу і розвитку його на засадах холистичної маркетингової концепції, капіталізації галузі із врахуванням інноваційно-інформаційної компоненти. Необхідно зважувати на те, що у 2011-2014 рр. попит на натуральний мед в світі був стабільно високим, і ціни на нього росли на 10-11 % в рік. Проте з січня 2015 р. до тепер закупівельні ціни на мед почали падати і до кінця року знизилися на 20-37% практично на всі його сорти, включаючи найбільш затребуваний – органічний. Серед глобальних причин цього явища думки експертів різняться. Одні вважають, що це зумовлено падінням цін на нафту, економічна стагнація, зниження купівельної спроможності населення в Китаї і ряді інших великих економік світу, а також триваюче з 2011 р. зниження цін на основні продовольчі товари [4].

Американські та європейські дослідники в основному увагу акцентують на тому, що нинішнє падіння цін на мед у 2015-2016 рр. не можна пояснити глобальним збільшенням числа вуликів або зниженням попиту на продукт, а збільшенням експорту фальсифікованого меду з декількох країн Східної Європи та Азії [5, 8, 14]. Все це свідчить про удосконалення механізму шахрайства та фальсифікації на ринку за рахунок дешевих «виготовлених» і розведених медів й обхід торговельних бар'єрів.

Наразі в північній Америці, Європі та Азії, після того як відбувся перелом цін на світовому ринку меду і точка повернення пройдена, стимулюється відновлення виробництва чистого меду. Розробляються більш потужні та складні наукові методи виявлення фальсифікації та більш універсальна глобальна база даних для оцінки прогалин в регулюванні міжнародної торгівлі медом [9, 11, 15]. У цьому контексті позитивний вплив на світовий ринок меду зумовили запроваджені США антидемпінгові санкції на дешевий китайський мед та зменшення продажів в Західній Європі через низьку якість і тривалі терміни поставок з Китаю. Все дозволяє Україні зайняти відповідну нішу з якісною продукцією і стати одним з світовий експортер органічного натурального меду. Наразі органічний мед експортується

в обмеженій кількості [13]. Особливу увагу необхідно приділити географічній диверсифікації ринків, передусім орієнтуватися не лише на ринок країн ЄС, а й Північної Америки й Азії [12]. Оптимальною стратегією розвитку на нинішньому етапі для вітчизняних товаровиробників буде захист здобутих позицій, проте у довгостроковій перспективі необхідно поступово переходити до стратегії зростання і створення глобального продукту. Особливо це актуалізується в контексті наявного і латентного експортного конкурентного потенціалу України на ринку органічного меду.

Література

1. Бджільництво в Україні: успіхи та перспективи зростання галузі [Електронний ресурс] // Baker Tilly. – 2017. – Режим доступу : <http://www.bakertilly.ua/news/id1269>.
2. Державна служба статистики України : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm.
3. Кернасюк Ю. Медові перспективи [Електронний ресурс] / Ю. Кернасюк // Агробізнес сьогодні. – 2015. – № 14 (309) – Режим доступу : <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichniy-gektar/3457-medovi-perspektyvy.html>.
4. Самчук Г. Стан та тенденції розвитку вітчизняного та світового ринків меду / Г. П. Самчук // Молодий вчений. – 2016. – № 12.1 (40). – С. 958–961.
5. Bernat T. The Biggest Polish and Ukrainian Enterprises - Globalization or Market Concentration? Comparasion to the Biggest World and European Multinational Companies [Електронний ресурс] / Tomasz Bernat // Journal of International Studies, Vol. 1. No 1. – 2008. – Режим доступу : <http://www.jois.eu/files/Bernat.pdf>.
6. Corder C. A. Review of : “Tammy Horn. Bees in America: How the Honey Bee Shaped a Nation. Lexington : The U of Kentucky P, 2005” [Електронний ресурс] / C. A. Corder // Journal Of Business Economics And Management. – 2016. – Режим доступу : <http://www.tandfonline.com/toc/tbem20/current>.
7. FAOSTAT [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QL>.
8. Gaining Competitive Advantage Through Global Product Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www>.

single - sourcing. Com / products / arbortext / value / 3425 _ GPD _ WP _ EN _ FINAL _ Global.pdf.

9. Global Honey Industry Situation and Prospects Research report [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа : <https://api.pressly.com/hubs/6694/files/53167/download/Honey.pdf>.

10. Norberto L. García. A study of the causes of falling honey prices in the international market [Электронный ресурс] / Norberto L. García. – 2017. – Режим доступа : http://www.apiservices.biz/documents/articles-en/study_causes_falling_honey_prices_international_market.pdf.

11. Phipps R. International honey market [Электронный ресурс] / Ron Phipps // American Bee Journal. – 2015. – Режим доступа : <http://www.ontariobee.com/sites/ontariobee.com/files/IntHoneyMarketReportMay2015.pdf>.

12. Phipps R. International Honey Market Update [Электронный ресурс] / Ron Phipps // American Bee Journal. – 2017. – Режим доступа : <http://americanbeejournal.com/international-honey-market-update-2/>.

13. Tsyhankova T. Global transformations of international organic agrofood markets / Tetyana Tsyhankova, Olga Yatsenko, Yulya Zavadska // Scientific Journal “Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development” / Aleksandras Stulginskis University and Lithuanian Institute of Agrarian Economics. – Kaunas – Vilnius, 2014. – Vol. 36. – No.2, 3. – P. 425–434.

14. Understanding The Emerging Global Honey Bee Health Crisis [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://honeybeehealthcoalition.org/wp-content/uploads/2014/12/HoneyBee-Health-Two-Pager.pdf>.

15. Workman D. Natural Honey Exports by Country [Электронный ресурс] / Daniel Workman. – 2017. – Режим доступа : <http://www.worldstopexports.com/natural-honey-exporters/>.