

І. В. Свиноус,

*д. е. н., професор кафедри обліку і оподаткування,
Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0346-1596>*

Н. М. Присяжнюк,

*к. вет. н., доцент кафедри іхтіології та зоології,
Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4737-0143>*

Ю. В. Федорук,

*к. с.-г. н., доцент кафедри технологій у рослинництві та захисту рослин,
Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3921-7955>*

М. В. Лозінський,

*к. с.-г. н., доцент кафедри генетики, селекції та насінництва сільськогосподарських культур,
Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6078-3209>*

Н. М. Федорук,

*к. с.-г. н., доцент кафедри харчових технологій і технологій переробки продукції
тваринництва, Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9683-8785>*

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.21.26

СУЧАСНИЙ СТАН СВІТОВОГО РИНКУ МЕДУ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ В НЬОМУ

I. Svydnous,

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Department of Accounting and Taxation, Bila Tserkva National Agrarian University
N. Prysiazhniuk,*

*PhD in Veterinary Sciences, Associate Professor,
Department of Ichthyology and Zoology, Bila Tserkva National Agrarian University
Y. Fedoruk,*

*PhD in Agricultural Sciences, Associate Professor,
Department of Technologies in Crop Production and Plant Protection, Bila Tserkva National Agrarian University
M. Lozinskyi,*

*PhD in Agricultural Sciences, Associate Professor,
Department of Genetics, Breeding and Seed Production, Bila Tserkva National Agrarian University
N. Fedoruk,*

*PhD in Agricultural Sciences, Associate Professor, Department of Food Technologies and Technologies
for Processing Livestock Products, Bila Tserkva National Agrarian University*

THE CURRENT STATE OF THE GLOBAL HONEY MARKET AND UKRAINE'S PLACE IN IT

Доцільність відродження та ефективного розвитку галузі бджільництва у структурі аграрного сектору України насамперед має ґрунтуватися на вивченні світового попиту, переслідуючи мету інтеграції у світовий економічний простір за допомогою максимальної адаптації до умов зовнішнього середовища. Враховуючи той факт, що максимальний ефект від зовнішньоторговельної діяльності можливий лише за умови дотримання високого рівня конкурентоспроможності продукції, що виробляється за основними параметрами, насам-

перед якісним і ціновим, виникає необхідність в аналізі світового ринку продукції бджільництва, а також у вивченні передового досвіду його основних суб'єктів.

Сегмент каналів збуту поділяється на супермаркети/гіпермаркети, магазини крокової доступності, інтернет-магазини та інші. Очікується, що протягом прогнозованого періоду онлайн-сегмент зростатиме найшвидшими темпами в середньому на 6,5%.

Щоб зміцнити свої позиції на світовому ринку меду, ключові гравці в даний час зосереджені на прийнятті таких стратегій, як інновації продуктів, злиття та поглинання, технологічні розробки, створення спільних підприємств, співробітництво та партнерство.

Досягнення канадського бджільництва — наслідок як його технологічного, а й у суспільному розвитку, наявності юридичної бази, всебічно регулюючої взаємовідносини між різними секторами галузі.

Такий стан справ не в останню чергу пов'язаний з активними діями професійних та громадських об'єднань бджолярів, а також наукових установ у захисті та зміцненні своїх позицій, що сприятливо позначається на канадському бджільництві загалом. Так, Національна рада з меду поєднує бджолярів, організації, переробників та фасувальників меду, кооперативи, вчених, виробників бджолопакетів та маток, а також інших осіб та структури, пов'язані з галуззю. Організація, бюджет якої формується виключно з членських внесків, виступає в ролі сполучної ланки між бджолярськими асоціаціями провінцій, бджолярською індустрією та урядом.

Узагальнений аналіз зарубіжного досвіду та основних напрямів розвитку світового бджільництва свідчить про те, що розвиток галузі нерозривно пов'язаний з організацією прибуткового аграрного бізнесу, сконцентрованого переважно на промислових пасіках та фермах, що дозволяє інтенсивно господарювати та використовувати сучасні техніку та обладнання, забезпечуючи високий ступінь механізації та автоматизації робіт. При цьому розвинені країни мають більш досконалу галузеву структуру, яка безпосередньо впливає на результативність діяльності суб'єктів господарювання.

The expediency of the revival and effective development of the beekeeping industry in the structure of the agricultural sector of Ukraine should first of all be based on the study of world demand, pursuing the goal of integration into the world economic space with the help of maximum adaptation to the conditions of the external environment. Taking into account the fact that the maximum effect from foreign trade activities is possible only under the condition of maintaining a high level of competitiveness of products produced according to the main parameters, primarily quality and price, there is a need to analyze the world market of beekeeping products, as well as to study the best practices of its main sub— objects

The sales channels segment is divided into supermarkets/hypermarkets, convenience stores, online stores, and others. The online segment is expected to grow at the fastest rate at an average of 6.5% during the forecast period.

To strengthen their positions in the global honey market, key players are currently focusing on adopting strategies such as product innovation, mergers and acquisitions, technological developments, joint ventures, collaborations, and partnerships.

Achievements of Canadian beekeeping are a consequence of both its technological and social development, the presence of a legal base that comprehensively regulates the relationship between various sectors of the industry.

This state of affairs is not least related to the active actions of professional and public associations of beekeepers, as well as scientific institutions in protecting and strengthening their positions, which favorably affects Canadian beekeeping in general. Thus, the National Honey Council unites beekeepers, organizations, processors and packers of honey, cooperatives, scientists, producers of bee packages and queens, as well as other persons and structures related to the industry. The organization, whose budget is formed solely from membership fees, acts as a link between the provincial beekeeping associations, the beekeeping industry and the government.

A generalized analysis of foreign experience and the main trends in the development of world beekeeping shows that the development of the industry is inextricably linked with the organization of a profitable agrarian business, concentrated mainly on industrial apiaries and farms, which allows intensive management and use of modern machinery and equipment,

ensuring a high degree of mechanization and work automation. At the same time, developed countries have a more perfect industry structure, which directly affects the performance of business entities.

Ключові слова: мед, продукція бджолярства, ринок, попит, пропозиція.
Key words: honey, beekeeping products, market, demand, supply.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Доцільність відродження та ефективного розвитку галузі бджільництва у структурі аграрного сектору України насамперед має ґрунтуватися на вивченні світового попиту, переслідуючи мету інтеграції у світовий економічний простір за допомогою максимальної адаптації до умов зовнішнього середовища. Враховуючи той факт, що максимальний ефект від зовнішньоторговельної діяльності можливий лише за умови дотримання високого рівня конкурентоспроможності продукції, що виробляється за основними параметрами, насамперед якісним і ціновим, виникає необхідність в аналізі світового ринку продукції бджільництва, а також у вивченні передового досвіду його основних суб'єктів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Економічні аспекти розвитку галузі і ринку продуктів бджільництва розглянуті у працях Л. Вакуленко, К. Ємця, О. Христенко, С. Чехова, С. Яценко та інших вчених. Проте, зміни зовнішнього середовища функціонування суб'єктів ринкових відносин вимагають оперативної оцінки кон'юнктури ринку меду.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

На основі узагальнення досвіду діяльності провідних гравців на світовому ринку меду запропонувати практичні рекомендації що посилення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників продукції бджільництва.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

За даними ФАО, кількість сімей медоносних бджіл у світі за 30 років зросла більш ніж на третину. У 2020 році у світі налічувалося 94 млн бджолосімей — на 36% більше, ніж у 1990 році. Найбільше бджолосімей у 2020 році було в Азії (43,5 млн).

Кількість бджолосімей найбільше зросла в Азії (+88%), але скоротилася в Європі (-13%).

У 1990 р. у Європі було 22,5 млн бджолосімей, у 2000 році 15,1 млн, а у 2020 р. 19,6 млн. При цьому у Східній та Західній Європі кількість бджолосімей за цей період скоротилася, а в Південній та Північній Європі — виросло.

Зауважимо, що натуральний мед — найцінніший харчовий продукт, що не має аналогів, який є не тільки енергетичним вуглеводним продуктом, а й лікувально-профілактичним засобом, що зміцнює та омолоджує організм [1]. Світовий ринок меду є одним із найбільш глобалізованих ринків продовольства. Серед країн світової спільноти найвищі показники споживання меду (з розрахунку на душу населення) відзначаються в Австрії — 1,6 кг, Греції — 1,4, Україні — 1,2, Німеччині — 1,1, Іспанії — 1,0 кг. Зовнішньоторговельний світовий оборот натуральним медом протягом останніх років

багаторазово зріс, перевищивши 2,4 млрд дол. США, за відсутності надлишків продукту на світовому ринку.

У 2020 році у світі було вироблено близько 1,8 млн тонн меду. ТОП-3 виробниками меду були Китай (466 тис. тонн), Туреччина (104 тис. тонн) та Іран (80 тис. тонн).

Зауважимо, що світовий ринок меду відрізняється динамічністю: за останнє десятиліття на нижчі позиції змістився один із провідних виробників меду — США, яким все ж таки вдалося зберегти місце в першій п'ятірці, у той час як Аргентина та Мексика вибули з цієї групи. Рівень виробництва США скоротився на 33,0 тис. т, Аргентині — 34,0, Мексиці — на 1,2 тис. т. При цьому в рейтингу ФАО значно покращила свої позиції Туреччина, що наростила обсяг виробництва до 105,5 тис. т. і що перемістилася з четвертого на друге місце. До п'ятірки лідерів також увійшла Росія із приростом обсягів виробництва у розмірі 2,1 тис. т.

Сегмент переробки меду поділяється на звичайний та органічний. Традиційний сегмент домінував на ринку з часткою ринку близько 75% та ринковою вартістю близько 7,87 млрд доларів у 2021 році.

Сегмент каналів збуту поділяється на супермаркети та гіпермаркети, магазини крокової доступності, інтернет-магазини та інші [2]. Очікується, що протягом прогнозованого періоду онлайн-сегмент зростатиме найшвидшими темпами в середньому на 6,5%.

Сегмент споживання меду поділяється на сектор продуктів харчування та напої, засоби особистої гігієни та косметики, фармацевтики та інші напрямки. Сегмент продуктів харчування та напоїв домінує на ринку, на його частку припадає близько 40% світової виручки та ринкова вартість близько 4,2 млрд доларів у 2021 році.

Сегмент упаковки поділяється на пляшку, скляну банку, тубу та інші. Сегмент пляшок домінував на ринку з часткою ринку близько 48% та ринковою вартістю близько 5,04 мільярда доларів у 2021 році. Здатність пляшок приймати різні форми та розміри робить їх популярними, а також їх легко транспортувати, оскільки вони легкі та стійкі до руйнування.

Серед усіх регіонів Азіатсько-Тихоокеанський регіон став найбільшим ринком світового ринку меду з часткою ринку близько 34,6% у 2021 році. Очікується, що протягом прогнозованого періоду найбільшим ринком стане Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Ринок меду в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні швидко розширюється. У споживанні меду в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні переважає Китай. Швидка урбанізація і збільшення доходу споживачів змінили купівельні звички, споживачі тяжіють до здорового способу життя і готові витратити більше на органічні продукти [3]. Мед користується зростаючим попитом, оскільки його зростає його використання як заміник цукру у різних продуктах. Лікувальні властивості меду добре відомі з давніх часів, тому вико-

ристання меду в сиропях від кашлю та харчових добавках також зростає. У регіоні є кілька гравців, що добре зарекомендували себе, з інфраструктурою, здатною забезпечити великомасштабне виробництво.

Схильність до здорового способу життя, скорочення споживання цукру, використання меду як заміника цукру та штучних підсолоджувачів, солодкий смак меду, його доступна природа та легка доступність з широким спектром застосувань, що пояснюються його поживною цінністю та лікувальними властивостями, стимулюватимуть зростання ринку меду.

Вимога покращити якість продуктів та послуг для клієнтів, ймовірно, стане стимулом для розробки нових продуктів з додаванням смаків меду. Розробка нових продуктів і стратегічне співробітництво між провідними компаніями, які прагнуть розширення, є одними з факторів, які, за прогнозами, сприятимуть зростанню світового ринку в майбутньому [4].

Щоб зміцнити свої позиції на світовому ринку меду, ключові гравці нині зосереджені на прийнятті таких стратегій, як інновації продуктів, злиття та поглинання, технологічні розробки, створення спільних підприємств, співробітництво та партнерство.

За оцінкою консалтингової компанії Industry ARC, яка проводила дослідження світового ринку бджільництва на підставі даних міжнародних та національних бджільницьких компаній та об'єднань (Betterbee, Bartnik, Beehive Botanicals, Miller's Honey Company, Shandong Bokang, Dabur India Limited, Arnold Honeybee, Heng, Thomas Apiculture та ін.), в 2020 р. ринок продуктів бджільництва оцінювався в 8,81 млрд дол. США, у тому числі меду в 8,0 млрд дол. США, і очікувалося його подальше зростання в середньому на 2,6 % на рік. При цьому на світовий ринок було поставлено 690 тис. т меду на 2,4 млрд дол. США. Експорт у вартісному вираженні зріс на 8%. Найбільшу динаміку показали Україна, Нова Зеландія, Бразилія, Мексика, Аргентина, Туреччина та ін. Незначно знизився експорт меду з Китаю та В'єтнаму [5].

При цьому необхідно враховувати, що в окремих випадках неможливо визначити походження меду, що постачається на світовий ринок, оскільки деякі країни — імпортери меду одночасно займаються його реекспортом, закупаючи дешевий продукт, переробляючи, а потім постачаючи на експорт як власний за ціною в кілька разів вищим. Ціни ним портованого.

За підсумками 2021 року вона експортувала товарів цієї групи на \$139 млн, що на \$38 млн більше, ніж у 2019 р. Першість в експорті здобула Нова Зеландія з результатом \$329 млн, наступними були Китай (\$254 млн), Аргентина (\$170 млн) та ЄС (\$157 млн).

Загалом світовий ринок експорту меду невеликий і становить \$2,3 млрд. Українська частка у світовому експорті — 6,1%. Маючи 108 експортерів, Україна демонструє позитивне сальдо торговельного балансу товарів цієї групи, імпорт цього продукту мізерний.

Ринок меду в Україні має експортну орієнтацію. Основними імпортерами нашої продукції стали країни-члени Європейського Союзу [6]. Вони купують 82,5% меду, що свідчить про значний потенціал України. Найактивніше імпортують Польща, Німеччина та Бельгія. На другому місці серед імпортерів українського меду — США (9,7%), третьому — Туреччина (3,7%).

Зростання попиту на мед має кілька причин: складна епідеміологічна ситуація у світі, формування нових споживчих звичок та тренд на органічне харчування з користю для здоров'я. Значне збільшення обсягів експорту меду за кордон сприяло підписанню Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Згідно з нею, квота на безмитний експорт українського меду спочатку становила 5 тис. т, а з 2021 року зросла до 6 тис. т. Проте українські експортери досить швидко їх використовують.

У 2020 та 2021 роках українські компанії ще в січні повністю вичерпали тарифну квоту на мед. Зазначимо, що тарифні квоти дозволяють українським виробникам експортувати продукцію до країн Євросоюзу за пільговою чи нульовою ставкою мита. Тому експортери можуть заощаджувати частину коштів, продаючи товари до країн ЄС. Експортувати можна і без використання квот, але тоді потрібно платити мито у повному обсязі. Тому Україна давно прагне збільшення цих квот.

Найбільшу частку у світовому імпорті займають країни Європи. У 2020 р. 15 розвинутих країн-членів ЄС імпортували меду на 934 млн дол. США. З цієї суми імпорт із країн Азії становив 23 %, Латинської Америки — 16, Океанії — 13, Північної Америки — 8 та Африки — 0,4, решта 40 % — імпорт із країн — партнерів з ЄС. Значно зріс цей показник у США: у 2020 р. імпортовано рекордні 202 тис. т меду на суму 568 млн дол. США проти 172,3 тис. т та 433 млн дол. США у 2019 р. Саудівська Аравія імпортувала 16,6 тис. т меду на суму 66,1 млн дол. США (12,2 тис. т та 41,8 млн дол. США у 2019 р.), при цьому експортувала 4,9 тис. т на суму 30,7 млн дол. США до різних країн світу. Китай імпортував 5,7 тис. т меду на суму 91,2 млн дол. США, при тому що останніми роками обсяг імпорту меду Китаєм знижувався, а вартість його зростала, зокрема, завдяки зростанню закупівель дорогого меду з Нової Зеландії.

Європейський Союз у XXI ст. є одним із провідних регіонів з розвитку галузі бджільництва, де загальна кількість бджолосімей становить понад 19 млн, а серед країн-лідерів за показником їх фактичної чисельності перше місце посідає Іспанія — 2,8 млн бджолосімей, далі йдуть Франція, Греція та Італія, де відповідний показник становить від 1,1 до 1,3 млн, у Німеччині, Польщі та Угорщині — по 800 тис. бджолосімей.

Слід зазначити, що продуктивність бджолосімей у європейському регіоні суттєво відрізняється. Так, у розрахунку на одну бджолину родину у Фінляндії виробляється в середньому по 45 кг меду, в Австрії, Бельгії, Франції, Німеччині та Угорщині — близько 25 кг, тоді як у решті країн — 10—15 кг. Необхідно підкреслити, що пасічники-аматори (професійним вважається пасічник, що має не менше 150 вуликів), які становлять більшість європейських пасічників, зберігають великий інтерес до історично сформованих традиційних методів ведення галузі та особливостей виробництва продуктів бджільництва.

Бджільництво в ЄС є однією з найважливіших галузей сільського господарства, яка створює можливості для індустріалізації аграрного виробництва, що, у свою чергу, є стимулом для розвитку як самої галузі, так і супутніх виробництв, охоплюючи весь ланцюг від бджоляра до споживача. Незважаючи на переважно традиційний характер ведення бджільництва, за рахунок здійснення науково обґрунтованих прогресивних комплексних методів регулювання га-

лузь стала об'єктом великого бізнесу, кооперативно-інтеграційних відносин та міжнародної торгівлі. Велика увага приділяється дослідженням у галузі економіки бджільництва з метою трансформації галузі та реалізації стратегічної мети — підвищення конкурентоспроможності її продукції на європейському та міжнародному ринках. У практичному плані дії зводяться до визначення науково обгрунтованої потреби чисельності бджолосімей у розрахунку на одиницю площі для запилення різних сільськогосподарських культур, оскільки незважаючи на те, що виробництво меду є основною діяльністю, головна функція бджіл полягає саме в їхній здатності до запилення. Одночасно ведеться робота з боротьби з хворобами та шкідниками бджіл, насамперед масовою загибеллю бджолиних сімей [7]. Провідну роль у фінансуванні даної роботи відіграють державні органи країн ЄС, а державна підтримка поширюється на проведення превентивних заходів, ветеринарний контроль, придбання препаратів та лікування, відшкодування збитків у разі ліквідації пасіки до її повного відновлення. Крім того, в ЄС існує поширена система безпосереднього фінансування товаровиробників, яким відшкодовується до 70% від витрачених на розвиток бджільництва. У сукупності в 27 країнах ЄС на програми підтримки бджільництва, включаючи дотації на наукові дослідження, виділяється понад 100 млн євро на рік.

Кількість бджолосімей у Китаї становить понад 9 млн, загальна чисельність бджолярів оцінюється у понад 200 тис. осіб. Після аграрних перетворень у 80-х роках. ХХ ст. галузь бджільництва перейшла до приватного виробника, який отримав право самостійного вибору виробленої продукції, а державні пасіки були продані або здані в оренду. Китай — найбільший постачальник меду та продуктів бджільництва на світовий ринок. При цьому його не можна назвати прогресивною країною за характером розвитку даної галузі, проте реформи, що проводяться в країні, не оминули її стороною — прийняті стандарти, спрямовані на підвищення якості продукції та стандартизацію бджільництва, що дозволило галузі вийти на світовий ринок. Бджолярам Китаю не надається пряма фінансова державна підтримка, проте держава фінансує ветеринарну службу, наукові розробки та підготовку фахівців для цієї галузі. Крім того, в Китаї мед та супутні продукти галузі не обкладаються податками, що сприятливо позначається на бджільництві країни загалом.

Практика показує, що кочові китайські бджолярі виробляють понад 70 % меду (за деякими оцінками — значно більше), а кочовий характер бджільництва пояснюється географічними особливостями Китаю, оскільки масиви медоносів відносно невеликі та розкидані на великій відстані один від одного. Найчастіше для кочівлі об'єднуються 5-6 виробників, які орендують вантажівку та наймають у середньому до 4 сезонних працівників. Зважаючи на дрібнотоварний характер виробництва в галузі важливу роль для її розвитку відіграють кооперативи з 20-30 бджолярів, що об'єднуються з метою скорочення витрат з виробництва та збуту безпосередньо на переробні підприємства. У дрібнотоварному виробництві меду важливе значення мають також посередники, в ролі яких виступають колишні бджолярі, що переключилися на торгівлю, а також пов'язані з галуззю державні органи, що кредитують виробників, консолідує розрізнені партії меду і т. д. Більш висо-

кий рівень інтеграції представлений Всекитайською асоціацією об'єднує бджолярів та фахівців галузі, проте її роль незначна — лише 10 % в обсязі експорту меду.

Нині бджільництво США одна із передових у технологічному плані. Професійний сектор виконує ключову роль: близько 6000 бджолярів-професіоналів виробляють 75% американського товарного меду. На спеціалізованих промислових пасіках, де механізовано найбільш трудомісткі процеси, на одного бджоляра припадає в середньому 1,5 тис. бджолиних сімей, а в окремих господарствах ця норма досягає 2 тис. Завдяки стандартизації обладнання, механізації трудомістких процесів (відкачування меду, навантаження-розвантаження вуликів на кочівлю і т. д.) і чіткої спеціалізації американським бджолярам вдалося максимально спростити вміст бджолиних сімей і досягти високої продуктивності праці в цій галузі.

Галузь розвивається у двох напрямках: медово-запилувальному та розведенчому. Власники американських промислових пасік 2/3 своїх доходів одержують від реалізації меду і близько 1/3 — від здачі бджіл у найм фермерам для запилення сільськогосподарських культур. Оренда бджіл для запилення сільськогосподарських ентомофільних рослин є у США досить поширеним видом діяльності та агроприйомом, оскільки не всі ферми мають власні пасіки. За кожен сім'ю бджіл, підвезену до масиву в період цвітіння, бджоляру виплачується надбавка, що дорівнює вартості 15-20 кг меду.

Американські пасічники не виявляють масового інтересу до створення кооперативів. Даний факт можна пояснити великотоварним характером бджільництва, що формує своєрідну самодостатність господарств, побудованих за промисловим зразком. Водночас у країні досить відомий кооператив "Су Хані", який спеціалізується на оптовій торгівлі медом та об'єднує близько 300 бджолярів. Кооператив здійснює 20% всіх операцій із медом у Сполучених Штатах. Незважаючи на незалежність фермерів в організації виробничого процесу, у середині 1980-х років. з'явилася необхідність інтеграційних процесів у галузі для координації взаємодії між різними секторами бджільництва та проведення централізованої реклами меду у масштабах країни. З цією метою у 1987 р. було створено Національну раду з меду. Крім того, у США багато громадських організацій бджолярів та представників "суміжних" професій, що діють на місцевому та національному рівнях, бюджети яких формуються виключно із членських внесків. Однією із найбільших громадських організацій бджолярів є Федерація американських бджолярів (ФАП), що об'єднує близько 1500 представників різних напрямків бджільництва. Її цілями є повідомлення уряду основних інтересів членів організації, збільшення медового ринку в США, контроль за якістю продукції, а також соціальне забезпечення та страхування бджолярів. Широко відома Асоціація американських виробників меду (ААПМ), в якій перебувають близько 500 осіб. Вступити до неї може будь-хто, хто має відношення до бджільництва, але право голосу мають лише самі бджолярі. Організація бере активну участь у проведенні різних досліджень, допомагає регулювати ринкову ціну продуктів бджільництва. Однак ФАП і ААПМ перебувають у суперечливих відносинах з огляду на різні погляди їх членів.

Незважаючи на той факт, що кількість сімей у 10 тис. бджолярів у Канаді не настільки значно в порівнянні з масштабами Китаю та США — близько 600 тис., бджільництво в країні досягло найбільшого успіху з погляду його інтенсифікації. Це забезпечує найвищі у світі медозбори з кожною бджолою родиною, які вже перевищують 50 кг меду за сезон і продовжують рости. Незважаючи на скорочення кількості бджолярів, кількість сімей збільшується, відбувається укрупнення пасік, і нині середній розмір одного бджільницького господарства становить близько 80 бджолосімей. Досягнення канадського бджільництва — наслідок як його технологічного, а й у суспільному розвитку, наявності юридичної бази, всебічно регулюючої взаємовідносини між різними секторами галузі [8].

Такий стан справ не в останню чергу пов'язаний з активними діями професійних та громадських об'єднань бджолярів, а також наукових установ у захисті та зміцненні своїх позицій, що сприятливо позначається на канадському бджільництві загалом. Так, Національна рада з меду поєднує бджолярів, організації, переробників та фасувальників меду, кооперативи, вчених, виробників бджолопакетів та маток, а також інших осіб та структури, пов'язані з галуззю. Організація, бюджет якої формується виключно з членських внесків, виступає в ролі сполучної ланки між бджолярськими асоціаціями провінцій, бджолярською індустрією та урядом. Ще одна організація — Канадська асоціація експертів у галузі бджільництва — виконує функцію сполучної ланки між наукою (насамперед викладачами університетів та коледжів) та практичним бджільництвом.

ВИСНОВКИ

Узагальнений аналіз зарубіжного досвіду та основних напрямів розвитку світового бджільництва свідчить про те, що розвиток галузі нерозривно пов'язаний з організацією прибуткового аграрного бізнесу, сконцентрованого переважно на промислових пасіках та фермах, що дозволяє інтенсивно господарювати та використовувати сучасні техніку та обладнання, забезпечуючи високий ступінь механізації та автоматизації робіт. При цьому розвинені країни мають більш досконалу галузеву структуру, яка безпосередньо впливає на результативність діяльності суб'єктів господарювання.

Ключовими компетенціями компаній країн-експортерів продукції бджільництва є не тільки високий рівень якості меду, а й політика інтеграції та об'єднання підприємств галузі бджільництва в спілки та асоціації для отримання максимальних переваг зі скорочення витрат у переробці, збуті та упаковці продукції, а також в економії витрат на страхування бджолосімей. Істотним стимулом для розвитку галузі бджільництва є і державна підтримка, що надається бджільницьким підприємствам з різних напрямків, включаючи податки, дотації, субсидії, фінансування експортних поставок меду та медової продукції.

Аналіз досвіду провідних держав експортерів меду, дозволяє відзначити, що для подальшого ефективного вдосконалення галузі необхідно впроваджувати нову інфраструктурну модель, яка буде розвиватися в сучасних ринкових умовах і підвищувати конкурентоспроможність як підприємств, так і продукції галузі в цілому, запропоновані вище рекомендації, дозволять практично ефективно реалізувати потенціал галузі бджільництва в нашій державі.

Література:

1. Вінченко С. А. Особливості формування маркетингових стратегій на ринку продукції бджільництва. *Економіка та держава*. 2019. № 11. С. 116—120.
2. Журавльова А., Сментина Н. Кон'юнктура світового ринку меду та перспективи для України. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 1 (264). С. 48—62.
3. Яценко О. М. Отримання конкурентної переваги за рахунок створення глобальних продуктів (на прикладів меду натурального). *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. № 15 (2). 2020. С. 170—180.
4. Яценко О. М. Формування і реалізація конкурентних переваг галузі бджільництва України: монографія. Житомир: ЖНАЕУ. 2011. 470 с.
5. Вінченко С. А. Умови функціонування і розвитку підприємств на ринку продукції бджільництва. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. Т. 2. № 5. С. 95—102.
6. Луців Н., Жолинська Г., Сенік Л. Ринок меду натурального. *Товари і ринки*. 2020. № 4. С. 43—56.
7. Овдїєнко А. М., Овдїєнко К. Т., Корбич Н. М. Бджільництво України: виробництво та експорт. *Таврійський науковий вісник. Сільськогосподарські науки*. 2020. Вип. 116 (2). С. 123—129.
8. Данкевич В., Данкевич Є., Пивовар П. Формування кон'юнктури світового ринку меду: сучасний стан і перспективи для українських експортерів. *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal*. 2018. Vol. 4, № 2. С. 37—54.

References:

1. Vinichenko, S. (2019), "Features of forming marketing strategies in market of honey products", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 11, pp. 116—120.
 2. Zhuravl'ova, A. and Smentyna, N. (2019), "Construction of the world market of honey and prospects for Ukraine", *Naukovyj visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, vol. 1 (264), pp. 48—62.
 3. Yatsenko, O.M. (2020), "Gaining competitive advantage through global product creation (on the example of natural honey)", *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*, vol. 15 (2), pp. 170—180.
 4. Yatsenko, O.M. (2011), *Formuvannia i realizatsiia konkurentnykh perevah haluzi bdzhil'nytstva Ukrainy [Формування і реалізація конкурентних переваг галузі бджільництва України]*, ZhNAEU, Zhytomyr, Ukraine.
 5. Vinichenko, S.A. (2021), "Conditions of functioning and development of enterprises in the market of beekeeping products", *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, vol. 2, no. 5, pp. 95—102.
 6. Lutsiv, N. Zholyns'ka, H. and Senyk, L. (2020), "Natural honey market", *Tovary i rynky*, vol. 4, pp. 43—56.
 7. Ovdiienko, A.M. Ovdiienko, K.T. and Korbych, N.M. (2020), "Beekeeping of Ukraine: production and export", *Tavrijs'kyj naukovyj visnyk. Sil's'kohospodars'ki nauky*, vol. 116 (2), pp. 123—129.
 8. Dankevych, V. Dankevych, Ye. and Pyvovar P. (2018), "Forming conjuncture in the world honey market: current state and prospects for ukrainian exporters", *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal*, vol. 4, no. 2, pp. 37—54.
- Стаття надійшла до редакції 14.10.2023 р.*