

14. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.

5. *Друкер, Питер. Ф.* Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. — 272 с.

6. *Дюркгайм Е.* Первісні форми релігійного життя: Тотемна система в Австралії. — К.: Юніверс, 2002. — 424 с.

7. Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г.Поршнева, З.П.Румянцевой, Н.А.Соломатина. — М.: ИНФРА-М, 1998. — 669 с.

8. Государственное управление: основы теории и организации: Учебник / В 2-х т. // Под ред. В.А. Козбаненко. — М.: Статут, 2002. — 592 с.

9. *Шегда А.В.* Основы менеджмента: Уч. пособ. — К.: Знання, 1988. — 512 с.

Стаття надійшла до редакції 17.03.2011 р.

УДК 338.43:638.1(477)

О. М. Яценко, канд. екон. наук, докторант,
Житомирський національний агроєкологічний університет

КОН'ЮНКТУРА ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПРОДУКЦІЇ БДЖІЛЬНИЦТВА

У статті розглянуто сучасний стан та проблеми розвитку ринку продукції бджільництва. Оцінено внутрішній та зовнішній ринки бджільництва, основних товаровиробників, обсяги виробництва, цінову політику у галузі. Встановлено деструктивний вплив факторів макросередовища, які зумовлюють обмежену місткість вітчизняного ринку бджільництва та неможливість за даних умов мати експортоорієнтовану спрямованість галузі. Окреслено головні напрями вирішення проблеми. Ключові слова: продукція бджільництва, внутрішній і зовнішній ринки продукції бджільництва, глобальний ринок, кон'юнктура.

В статье рассмотрено современное состояние и проблемы развития рынка продукции пчеловодства. Оценены внутренний и внешний рынки пчеловодства, основные товаропроизводители, объемы производства, ценовую политику в отрасли. Установлено деструктивное влияние факторов макросреды, которые предопределяют ограниченную емкость отечественного рынка пчеловодства и невозможность при таких условиях иметь экспортоориентированную направленность отрасли. Очерчены главные направления решения проблемы. Ключевые слова: продукция пчеловодства, внутренний и внешний рынки продукции пчеловодства, глобальный рынок, конъюнктура.

The paper analyses the present-day situation in market of bee products and some problems of its development. It also estimates domestic and foreign markets of bee products, the principal commodity producers, production volumes as well as price policy in this branch. The main directions of solving the problem have been outlined.

Keywords: bee products, domestic and foreign markets of bee products, global market, conjuncture.

Вплив зовнішнього конкурентного середовища стає визначальним для суб'єктів агробізнесу, а глобальна взаємозалежність і комплементарність усіх секторів національних економік, у т. ч. аграрного, котра охопила та видозмінює політичні, економічні, соціальні і екологічні умови розвитку має безпосередній вплив і на Україну. Ключовими детермінантами успіху може стати стабілізація соціально-економічного, виробничо-фінансового і екологічного стану аграрного сектора України та зайняті вітчизняними товаровиробниками відповідні «ніші» на світовому ринку. Ці процеси багато в чому залежать від швидкості й спрямованості структурної перебудови експортно-імпортного потенціалу зі стратегічною визначеністю на експорт конкурентоздатної агропродовольчої продукції. Важливою статтею експортного потенціалу вітчизняного аграрного сектора потенційно може стати продукція галузі бджільництва, оскільки наша держава входить до провідних світових виробників меду за обсягом валового виробництва і рівнем споживання цього продукту. На думку Т. Дудара глобалізація продовольчих ринків, яка є специфічною ознакою сучасного і особливо майбутнього розвитку України, ідеально може стати вагомим інструментом, що реалізує чинники національних конкурентних переваг [1].

В умовах сприятливої кон'юнктури глобального ринку бджільництва вітчизняні товаровиробники мають ряд стійких суб'єктивних і об'єктивних конкурентних переваг, таких як вигідні природно-кліматичні умови, висока якість і гарний смак продукції, що підтверджується міжнародним визнанням, висококваліфіковані спеціалісти у галузі, вигідне і зручне географічне розташування, зручне транспортне сполучення і т.п., які можуть стати основою для розробки довгострокової експортоорієнтованої стратегії. Ці положення викликають науковий інтерес і обумовлюють вибір напрямку дослідження.

Проблеми вдосконалення продовольчих ринків досліджували В. Г. Андрійчук, В. І. Бойко, П. І. Гайдуцький, Ю. С. Коваленко, І. І. Лукінов, П. Т. Саблук, Л. М. Худолій, О. М. Шпичак. В основу їх праць покладені питання формування аграрного ринку, важливі пропозиції щодо вдосконалення економічного механізму його функціонування. Дослідженню проблем глобалізації та визначення місця і перспектив України у цих процесах присвятили праці О. Амоша, О. Білорус, В. Геєць, Д. Лук'яненко, Ю. Макогон, Ю. Пахомов, Є. Савельєв, А. Філіпенко, М. Чумаченко, А. Чухно та ін. Дослідження у галузі бджільництва здійснюють Л. І. Боднарчук, В. Д. Броварський, С. І. Бугера, В. М. Войтенко,

В. А. Гайдар, І. І. Головецький, С. Д. Мельничук, В. П. Поліщук, Є. В. Руденко, О. І. Тихонов, П. Я. Хмара. У їх працях головна увага приділена питанням селекції, утримання та розведення бджіл, боротьби з основними хворобами і шкідниками, покращання технології утримання, кочівлі та зимівлі бджіл, удосконалення виробництва продуктів бджільництва, розробка препаратів для апітерапії т. п. Проте окремим економічним проблемам формування та функціонування ринку продукції бджільництва в умовах глобалізації ринку продовольства приділена увага лише частково у працях Л. І. Боднарчука, Л. Л. Вакуленко, К. І. Ємця, О. А. Христенко, С. А. Чехова. Саме тому питання становлення і розвитку ринку конкурентоспроможної продукції бджільництва в умовах глобалізації економіки вимагають поглиблених досліджень впливу не тільки ринкових трансформацій на галузь, але й чинників глобалізації. Важливість зазначених проблем і зумовила вибір теми дослідження, її мету і структуру.

Ціллю роботи є діагностика світового ринку продукції бджільництва в умовах глобалізації економіки і розробка теоретичних і науково-практичних рекомендацій щодо адаптації вітчизняних товаровиробників до умов конкурентного ринку та активізації просування їх продукції на світовий з метою повноцінного задоволення зовнішніх споживчих потреб. **Об'єктом дослідження** є організаційно-економічний механізм формування і функціонування світового ринку продукції бджільництва. **Предметом дослідження** є теоретико-методологічні та науково-практичні положення щодо становлення та механізмів розвитку світового ринку продукції бджільництва у контексті глобалізації продовольчих ринків. У процесі дослідження використані загальні і спеціальні *економічні методи*: індукції і дедукції, абстракції, узагальнення, системного підходу до явищ, що вивчаються і ін. Для теоретичного обґрунтування проблем ринку бджільництва використаний абстрактно-логічний метод, для відображення тенденцій — графоаналітичний.

З методологічної точки зору категорію «економічна кон'юнктура» можна представити у двох контекстах: широкому та вузькому. У першому випадку досліджуються у динаміці форми прояву системи взаємообумовлених і взаємопов'язаних чинників та умови їх відтворення на ринку. У другому — в динаміці вивчається сукупність умов, які характеризують співвідношення попиту і пропозиції на окремі товари й послуги, товарні ринки або економічні тенденції конкретної держави або групи країн із врахуванням зовнішнього і внутрішнього інституційного середо-

вища. Тобто у вузькому аспекті ринкова кон'юнктура характеризується більшою конкретизацією об'єкта і предмета дослідження, також може бути виділений конкретний часовий інтервал.

Сучасне трактування кон'юнктури глобального ринку продукції бджільництва можна представити як співвідношення світового попиту і пропозиції, відображення цінового діапазону цього ринку, обсяги продажів товарів або надання послуг у відповідній сфері, активність продавців і конкуренція між ними, відповідність основної і супутньої продукції міжнародним санітарно-епідеміологічним і технічним вимогам, ступінь задоволення споживчих потреб. На нашу думку, імперативною нормою має стати також вплив діяльності у галузі на навколишнє середовище і соціальний розвиток локальних сільських територій.

Україна за валовим виробництвом меду, яке у середньому становить 75 тис. т, відповідно до статистичних даних ФАО (Продовольча і сільськогосподарська організація ООН (FAO (Food and Agriculture Organization)), уже кілька років займає 4 місце у світі після таких світових лідерів, як Китай (367 тис. т), Туреччина (81,4 тис. т), Аргентина (81 тис. т) (табл. 1). Тобто, із 1,5 млн т світового виробництва меду на долю України припадає 5 %. Серед країн Європи за відповідним показником Україна займає перше місце. Проте лише 4,3 % вітчизняного меду експортується на міжнародний ринок, що свідчить про ряд проблем [6]. Слід зазначити, що ніша на світовому ринку продукції бджільництва зайнята не у повній мірі. Найбільшими імпортерами меду у світі виступають європейські країни, зокрема Німеччина, яка купує щороку більше 90 тис. т, Франція і Великобританія відповідно по 15 та 23 тис. т. Значна частка світового імпорту припадає на США та Японію — близько 24 і 10 % відповідно. У 2009 р. на світовому ринку тривало зростання цін на мед. За даними Міжнародної організації експортерів меду (ІНЕО), із 2005 р. ціни на мед виросли з 1,2 до 3 тис. дол. США за 1 т. Загальновідомо, що світовим лідером за ціною виступає Китай, продукція якого найдешевша (757,9 дол. США¹ за тонну), проте найжорсткіші вимоги щодо якості у країнах Європейського Союзу, в яких ціновий діапазон доволі широкий. Найвищі ціни на продукцію бджільництва у Великобританії (13 350,1 дол./т), Люксембургу (13 183,4 дол./т), Німеччині (10 042,1 дол./т), Австрії (9008,1 дол./т), а найнижчі у Португалії (2487,0 дол./т), Литві (2549,3 дол./т), Словенії (2899,3 дол./т) та Польщі (2959,4 дол./т). Вітчизняна продукція бджільництва на світовому

¹ Тут і далі дол. США

ринку продається у середньому за 2173,1 дол. / т. Ріст цін був зумовлений двома поспіль неврожайними роками та масовою загибеллю бджіл, у першу чергу на Американському континенті. Певну роль у підвищенні цін теж зіграла глобальна фінансова криза, також даються взнаки продовольча і енергетична кризи. Однак головна причина росту цін на мед полягала у скороченні його виробництва у ряді держав-виробників меду і падінні обсягів його поставок на світовий ринок.

Цікаво також відзначити, що експерти ФАО щорічно складають рейтинги за рядом показників, одним із них є «ТОР 20» найважливіших продовольчих і сільськогосподарських товарів для даної країни (рейтинг за вартістю) у зазначеному році. Мед в Україні постійно потрапляв до даного рейтингу протягом 1191—2009 рр., так як на перших позиціях знаходиться пшениця, молоко, соняшникова олія, а на останніх — свіжі овочі, мед, соєві боби. Особливістю вітчизняного ринку бджільництва є дрібнотоварне виробництво, неефективна система збуту, незначна кількість каналів реалізації продукції, відсутність маркетингових розробок і технологій, відсутність інтеграційних процесів, недосконала ринкова інфраструктура. Діяльність у галузі бджільництва, як вид агробізнесу, відзначається нестабільністю й ризикованістю і не гарантує прибуток для розширеного відтворення. Виробництво та ринок продукції бджільництва в Україні мають надзвичайно важливе значення. Нині галузь є нерентабельною (–29,2 %) і збитковою (–2628,6 тис. грн) як і більшість галузей тваринництва [3—5].

Таблиця 1

СВІТОВЕ ВИРОБНИЦТВО МЕДУ У 2008 Р.

№ п/п	Країна	Виробництво	
		тис. дол. США	т
1	Китай	640 000	367 219
2	Туреччина	141 803	81 364
3	Аргентина	141 169	81 000
4	Україна	130 537	74 900
5	Сполучені Штати Америки	129 480	74 293
6	Індія	113 283	65 000
7	Російська Федерація	100 108	57 440

Закінчення табл. 1

№ п/п	Країна	Виробництво	
		тис. дол. США	т
8	Мексика	96 327	55 271
9	Ефіопія	73 198	42 000
10	Бразилія	65 865	37 792
11	Іран	62 741	36 000
12	Іспанія	52 914	30 361
13	Канада	48 994	28 112
14	Об'єднана Республіка Танзанія	47 056	27 000
15	Республіка Корея	45 313	26 000
16	Кенія	43 570	25 000
17	Ангола	40 085	23 000
18	Угорщина	39 028	22 394
19	Румунія	34 565	19 833
20	Австралія	31 370	18 000
	Усього	—	1 517 747

Джерело: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>

Світовий ринок меду є специфічним, має ряд особливостей і протягом останніх років активно відбувається перерозподіл ринку між основними виробниками. Це один із найбільш глобалізованих ринків продовольства серед: із вироблених у світі 1,5 млн т меду на експорт відправляється близько 400 тис. т. Продукція бджільництва найчастіше фальсифікується серед продовольчих продуктів, оскільки ціни на неї у 5—10 разів вище, ніж на цукор та інші підсолоджувачі. У той же час, мед, вироблений з порушенням санітарних норм, перш за все норм застосування ветеринарних препаратів, може становити небезпеку для здоров'я людини. Саме із цієї причини із середини 90-х рр. минулого століття послідовно посилюються міжнародні вимоги до якості меду, також це стосується умов виробництва, зберігання, транспортування, реалізації і т.п.

Кон'юнктура світового ринку меду відрізняється динамічністю. МОЕМ (Міжнародна організація експортерів меду —

International Honey Exporters Organization (IHEO) відзначає найвпливовіші фактори на ринок меду: жорсткий контроль якості продукції зі сторони ЄС щодо країн-імпортерів; зростання собівартості меду, що змушує експортерів коригувати їх зовнішньоторговельні операції; збільшення попиту на імпортований мед у ряді промислово розвинених країн, у першу чергу у США у зв'язку із масовою загибеллю бджолиних сімей; посилення географічної диверсифікації імпортованої продукції, наприклад обмеження закупівель меду в Китаї Японією; посилення негативного впливу на бджільництво аномальних погодних явищ; скасування тарифів ЄС на продукцію бджільництва для нових країн-членів (Болгарії та Румунії); забезпечення транспарентності (прозорості) бізнесу імпортерами і експортерами продукції щодо просування меду до споживачів; підвищення стандартів якості на продукцію і зростання внутрішніх цін у Китаї, що у перспективі здатне скоротити його медовий експорт; зростання композитних світових цін на мед у 2005—2008 рр. з \$ 1250 до \$ 2000 за метричну тонну.

Кризовий і посткризовий період негативно позначились на світовому ринку меду, глобальна фінансово-економічна криза серйозно його розбалансувала і стабілізація цього ринку на новому ціновому рівні можлива тільки після подолання світовою економікою наслідків кризи і за умови сприятливих природно-кліматичних умов у ряді провідних країн-експортерів. Гіпотетично Україна має ряд конкурентних переваг, про які згадувалося раніше, для активізації і розширення експортоорієнтованого вектора розвитку галузі бджільництві і її суб'єктів господарювання.

Розвиток національних ринків продукції бджільництва у індустріально розвинених країнах обмежений рядом об'єктивних і суб'єктивних факторів, до яких належить масова загибель бджіл у багатьох країнах, обмежені природні ресурси, несприятливі природно-кліматичні умови, подорожчання паливно-мастильних матеріалів і т.п. Відповідні тенденції позначаються і на глобальному ринку продукції бджільництва. Діагностика бізнес-середовища України свідчить про деструктивний вплив факторів макросередовища, які зумовлюють обмежену місткість вітчизняного ринку продукції бджільництва та неможливість за даних умов мати експортоорієнтовану спрямованість галузі [7]. Необхідна також державна підтримка у відповідності до вимог СОТ. Сприяння ефективному розвитку ринку продукції бджільництва повинно відбуватись на засадах структурних перетворень в аграрному секторі з одночасною підтримкою галузі державною про-

грамою відродження і підвищення результативності суміжних галузей сільського господарства і передових галузей машинобудування і легкої промисловості. Тим більше, що тільки так можна вирішити проблеми стабілізації ринків, нарощування виробництва і експорту конкурентоспроможної продукції, зайнятості і зростання доходів населення, розширення платоспроможного попиту. Інтеграційні процеси на рівні підприємницьких структур сприятимуть оптимізації виробничої діяльності, забезпеченню конкурентоздатності суб'єктів господарювання і реалізації стратегії виходу вітчизняних товаровиробників галузі бджільництва на глобалізований ринок продовольства на паритетних засадах. Для успішного товаропросування експортованої продукції необхідно враховувати споживчі вподобання у країнах-імпортерах і використовувати інструменти міжнародного маркетингу які максимально адаптовані до умов країни призначення. Важливим завданням є подальше формування і удосконалення інфраструктури ринку, інформатизація, автоматизація і модернізація галузі (залежно від стратегії розвитку субєкта господарювання), ефективне використання маркетингового інструментарію, розробка довгострокової стратегії розвитку галузі із врахуванням стратегічних зон господарювання. Стратегія виходу вітчизняних товаровиробників на міжнародний ринок має бути науково обґрунтованою, враховувати внутрішні сильні і слабкі сторони як держави в цілому, так і галузі зокрема та зважати на зовнішні можливості і загрози, базуватись на передових досягненнях світової теорії і практики.

Висновки. Таким чином, вплив глобалізації на тенденції розвитку вітчизняного ринку бджільництва протягом останніх років значно посилюється. Діагностика сучасного стану галузі бджільництва України демонструє, що країна входить до четвірки головних виробників меду за валовим обсягом виробництва. Світова ніша на ринку продукції бджільництва не зайнята, із одного боку, та відбувається постійне зростання цін на продукцію бджільництва, з іншого, що робить цей ринок привабливим для вітчизняних товаровиробників. Стимулювання розвитку експортного потенціалу галузі можливе на засадах сучасних структурно-трансформаційних перетворень у сільському господарстві з метою стабілізації та нарощування виробництва конкурентоспроможної продукції. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності потребує дотримання насамперед національних інтересів. Домогтися обмеження конкуренції з боку зарубіжних фірм та інших партнерів на внутрішньому і зовнішньому ринках можливе за умови становлення власного виробництва та відповідного державного регулювання. Ва-

жливим є формування інфраструктури ринку, інформатизація галузі, стимулювання інтеграційних процесів між суб'єктами господарювання, ефективне використання маркетингового інструментарію, розробка довгострокової стратегії розвитку галузі.

Література

1. *Дудар Т., Дудар В.* Розвиток агропродовольчого ринку України в період глобалізації [Електронний ресурс] // Т. Дудар, В. Дудар. — Вісник академії наук вищої освіти України — 2007. — № 5. — С. 75—83. — Режим доступу: // http://www.ashsu.org/academy/herald_info/visnyk_61_5_08/visnyk_61_5_08_75-83.pdf
2. *Майстро С. В.* Національний аграрний ринок в умовах глобалізації: механізм державного регулювання: [монографія] / С. В. Майстро. — Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2009. — 240 с.
3. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2007 р. [Текст]: статистичний бюллетень. — К., 2008. — 75 с.
4. Сільське господарство України. Статистичний збірник / за ред. Ю.М. Остапчука. — К.: Держ. комітет статистики України, 2008. — 391 с.
5. Статистичний щорічник «Сільське господарство України за 2008 рік» / Держ. комітет статистики України / за заг. кер. Ю.М. Остапчука. — К., 2008. — 359 с.
6. *Яценко О.М.* Економічна ефективність діяльності підприємств галузі бджільництва / О. М. Яценко // Науковий вісник НУБіПУ / Серія «Економіка, аграрний менеджмент та бізнес» / Редкол.: Д.О. Мельничук (відп. ред.) та ін. — К.: ВЦ НУБіПУ, 2010. — Вип. 154. — Ч. 1. — С. 362—368.
7. *Яценко О. М.* Синергетичні засади розвитку інтеграційних процесів у галузі бджільництва / О. М. Яценко // Науковий Вісник ПУСКУ. — Сер. Економічні науки. — 2010. — № 3 (42). — С. 8—13.

Стаття надійшла до редакції 12.05.2011 р.