

Ринкові перетворення та стратегічні пріоритети розвитку аграрного сектора економіки

О. ЯЦЕНКО,
доктор економічних наук
Житомирський національний агроекологічний університет

У статті розглянуто сучасний стан та проблеми розвитку ринку продукції бджільництва. Встановлено деструктивний вплив факторів макросередовища, які зумовлюють обмежену місткість вітчизняного ринку бджільництва та неможливість за таких умов мати експорторієнтовану спрямованість галузі. Окреслено головні напрями вирішення проблеми.

В статье рассмотрено современное состояние и проблемы развития рынка продукции пчеловодства. Установлено деструктивное влияние факторов макросреды, которые определяют ограниченную емкость отечественного рынка пчеловодства и невозможность при таких условиях иметь экспорториентированную направленность отрасли. Очерчены главные направления решения проблемы.

The paper analyses the present-day situation in market of bee products and some problems of its development. The main directions of solving the problem have been outlined.

Ключові слова: продукція бджільництва, внутрішній і зовнішній ринки продукції бджільництва, глобальний ринок.

Постановка проблеми. Конкуренентоспроможність економіки, якість життя населення, економіко-політична самодостатність країни залежать від темпів економічного зростання та є індикатором ефективності функціонування національного господарства. Оскільки сільське господарство є однією зі стратегічних галузей вітчизняної економіки, найбільш важливою проблемою і завданням у посткризовий період є забезпечення продовольчої безпеки, створення належних умов для сталого розвитку галузей і сільських територій, забезпечення соціальної стабільності й підвищення якості життя населення.

У цьому контексті особливої уваги заслуговують реальні і потенційні експорторієнтовані галузі сільського господарства, зокрема, бджільництво, оскільки частка України у світовому виробництві становить 5% і за валовим виробництвом меду вона займає четверте місце у світі і перше в Європі. Проте, лише близько 6% річного виробництва вітчизняного меду експортується на міжнародний ринок, що свідчить про низку структурних проблем. Ефективним напрямом забезпечення ринкових перетворень, підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та вирішення галузевих і регіональних проблем, як свідчить світовий досвід, є вдала науково обґрунтована стратегія розвитку аграрного сектора економіки.

Аналіз існуючих досліджень за цією проблемою. Питанням ринкових перетворень, становлення стратегічної моделі розвитку, впливу глобалізації еконо-

міки на структуру і трансформацію ринкових відносин, визначення місця, перспектив і напрямів адаптації України до цих процесів присвячено праці вітчизняних вчених: В. Андрійчука, Я. Базилюка, О. Білоруса, В. Будкіна, В. Власова, В. Губенка, В. Зіновчука, А. Кредісова, Д. Лук'яненка, Ю. Макогона, В. Новицького, Ю. Пахомова, Є. Савельєва, О. Скидана, С. Соколенка, А. Філіпенка, М. Чумаченка, А. Чухна, І. Школи та ін.

Проблеми розвитку продовольчих ринків досліджували В. Андрійчук, В. Бойко, П. Гайдучський, І. Іртишева, П. Саблук, Л. Худолій, О. Шпичак. В їх працях досліджуються проблеми формування аграрного ринку та вдосконалення економічного механізму його функціонування. Теоретико-методологічні та практичні основи розвитку галузі бджільництва вивчали такі вчені: Л. Боднарчук, Г. Боднарчук, В. Броварський, І. Бородай, С. Бугера, В. Войтенко, В. Гайдар, І. Головецький, Г. Гречка, М. Іванченко, С. Мельничук, В. Полішук, Є. Руденко, О. Тихонов, П. Хмара та ін. В 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, розробки препаратів для апітерапії. Економічним проблемам функціонування галузі бджільництва приділена увага у працях Л. Вакулєнко, К. Ємця, А. Левандовської, О. Христенко, С. Чехова.

Разом з тим, проблеми становлення ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції і роз-

витуку галузей сільського господарства в умовах глобалізації економіки залишаються недостатньо розкритими та обґрунтованими і не відображають синтезу інтересів суб'єктів економіки, особливо у секторальному аспекті. Виняткової уваги у цьому контексті заслуговує галузь бджільництва, яка обґрунтована обрана емпіричною базою дослідження.

Зазначені наукові проблеми потребують обґрунтування теоретико-методологічних засад дослідження і науково-практичних рекомендацій щодо формування стратегічних напрямів створення і утримання конкурентних переваг суб'єктів та об'єктів аграрного сектора на цільових сегментах світового ринку, із врахуванням специфіки сільського господарства та особливостей сучасного феномена конкурентоспроможності в контексті глобального поступу.

Отже, системне дослідження ринкових перетворень та стратегічних пріоритетів розвитку аграрного сектора економіки на прикладі галузі бджільництва є важливим у теоретичному і практичному аспекті, що і зумовило вибір теми дослідження.

Метою роботи є діагностика ринкових перетворень та стратегічних пріоритетів розвитку аграрного сектора економіки на прикладі галузі бджільництва.

Виклад основного матеріалу. Світовий ринок продукції бджільництва розвивається відповідно до тенденцій агропродовольчого. Зовнішньоторговельний оборот сільськогосподарської продукції за останні десять років збільшився більше ніж вдвічі, а в Україні – у п'ять разів. При цьому, постійно зберігається позитивний баланс зовнішньої торгівлі такою продукцією. Частка України у світовому імпорті та експорті аграрної продукції по-

стійно зростає. На Україну припадає 1% світового експорту протягом 2009–2008 рр., що становить біля 10 млрд. дол.

Світове виробництво продукції бджільництва у 2000–2009 рр. зросло у 1,2 разу із 1254,8 тис. т до 1535,2 тис. т. В Україні відповідний показник зріс у 1,4 разу із 52,4 тис. т до 74 тис. т, рекордного рівня було досягнуто у 2008 р., коли він становив 74,9 тис. т (табл. 1). Імпорт продукції за досліджуваній період скоротився із 99 т до 30 т, за винятком 2008 р., коли імпорتنі поставки склали 128 т. Відповідний показник у 2004 р. офіційно не зафіксований, проте контрабандні операції періодично в Україні здійснюються.

Важливим структурним елементом ринкової економіки є аграрний бізнес. Суворої дефініціальної визначеності стосовно поняття «агробізнес» наразі не існує. Стейкхолдери мають низку власних мотивацій і вигід від розвитку агробізнесу у бджільництві (рис. 1)¹. На нашу думку, сутність агробізнесу полягає у формуванні диверсифікованої інфраструктури аграрного ринку, що передбачає поглиблення інтеграційних процесів підприємств різних сфер агробізнесу й збільшення агропромислового капіталу. Аграрний бізнес розглядається як відносно нова інституціональна складова економіки країни, що передбачає прогресивну, конкурентну і високоефективну форму організації виробництва агропродовольчої продукції, в якій всі структурні елементи функціонують у логічно завершеній, збалансованій, організаційно та економічно взаємопов'язаній і взаємозалежній системі, на засадах паритетності всіх учасників продуктового ланцюга.

Таблиця 1

Виробництво натурального меду у світі та Україні у 2000–2009 рр.

Показник	Рік										2009 р. до 2000 р., разів, +/-
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Світове виробництво, тис. т	1254,8	1268,0	1287,4	1332,8	1357,6	1402,9	1506,8	1454,3	1565,7	1535,2	1,2
Україна, тис. т	52,4	60,0	51,1	53,6	57,9	71,5	75,6	67,7	74,9	74,0	1,4
Світовий імпорт, тис. т	372	357	405	403	392	424	441	421	453	439	1,2
експорт, тис. т	374	361	406	403	384	424	425	409	451	426	1,1
України імпорт, т	99,0	59,0	63,0	115,0	–	63,0	29,0	3,0	128,0	30,0	0,3
експорт, т	155,0	1412,0	3374,0	3188,0	4642,0	3814,0	6561,0	3516,0	3264,0	7362,0	47,5
Частка України у світовому виробництві, %	4,2	4,7	4,0	4,0	4,3	5,1	5,0	4,7	4,8	4,8	–
національному виробництві, %	0,3	2,4	6,6	5,9	8,0	5,3	8,7	5,2	4,4	9,9	–

Джерело: розраховано за даними FAOSTAT².

¹ Yatsenko O. The development of agribusiness at the apiculture produce market / O. Yatsenko // Sustainable development of the region / Management theory and studies for rural business and infrastructure development. – 2010. – № 21 (2) – P. 185–194.

² Статистичні дані FAOSTAT [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>.

Під поняттям «стейкхолдери агробізнесу» розуміються всі особи або їх групи, які є суб'єктами діяльності та політики відповідної сфери як на локальному, національному, так і на глобальному рівнях. До складу стейкхолдерів, які мають відношення до бізнесу, входять власники, партнери по бізнесу, інвестори, акціонери, працівники, споживачі та клієнти, постачальники, місцеві громади та їх організації, дочірні компанії та філіали. Окремо в цю групу входить також навколишнє природне середовище.

Аграрне виробництво як вид бізнесу в Україні характеризується нестабільністю, високою ризикованістю й не гарантує прибутку для розширеного відтворення, не кажучи про соціальну відповідальність бізнесу, яка, на нашу думку, є обов'язковим атрибу-

том агробізнесу. Система принципів соціальної відповідальності агробізнесу постає невід'ємною частиною процесу максимізації ефекту створення вартості і підвищення добробуту суспільства із врахуванням соціально-економічних, духовно-культурних та природно-екологічних потреб майбутніх поколінь. Зазначені імперативи визначають зобов'язання приватних організацій відповідати перед усіма соціально зацікавленими стейкхолдерами за свою діяльність у всіх сферах та спрямовані на втілення у практику принципів сталого розвитку. Механізм мотивації агробізнесу у бджільництві можна представити як набір певних засобів, важелів, інституційних інструментів та формальних і неформальних правил їх взаємодії. Узагальнення теоретико-методологічних і практичних результатів дослі-

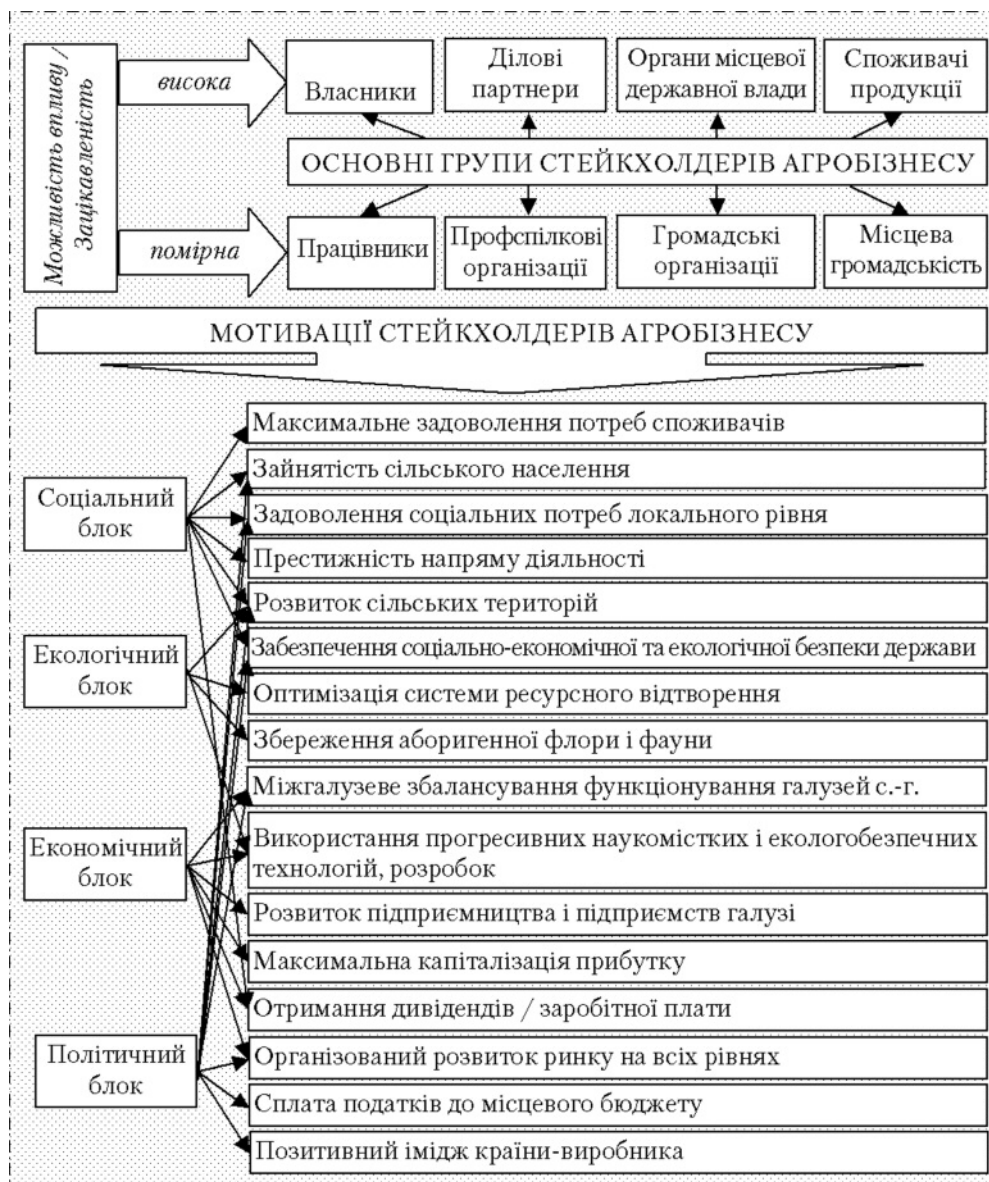


Рис. 1. Соціально-економічні мотивації стейкхолдерів агробізнесу у бджільництві

Джерело: власні дослідження.

дження дозволяє запропонувати структурну модель успішного розвитку вітчизняного агробізнесу на ринку продукції бджільництва (рис. 2). Модель розроблена на основі поетапно-структурного підходу, суть якого полягає у формуванні потенціалу агробізнесу на основі його структуризації й визначення значущості пріоритетів серед елементів потенціалу з метою встановлення раціонального співвідношення й підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів між ними.

В цих умовах необхідно спрогнозувати конкурентоспроможність агробізнесу у бджільництві в умовах посилення глобалізації агропродовольчих ринків. Необхідно визначити основні чинники впливу на стратегічний розвиток суб'єктів галузі бджіль-

ництва. Вибір стратегії розвитку галузі зумовлений поєднанням сильних і слабких сторін, що характеризують соціально-економічне положення країни та особливості національного агропродовольчого ринку. Вдала стратегія розвитку бджільництва здатна примножити внутрішній потенціал аграрного сектора і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити його положення на національному і світовому ринках.

З метою визначення основних чинників впливу на стратегічний розвиток галузі бджільництва на період до 2025 р. був проведений SWOT-аналіз (рис. 3). На його основі визначено зовнішні можливості і загрози, а також внутрішні сильні й слабкі сторони. Результати проведеного аналізу свідчать

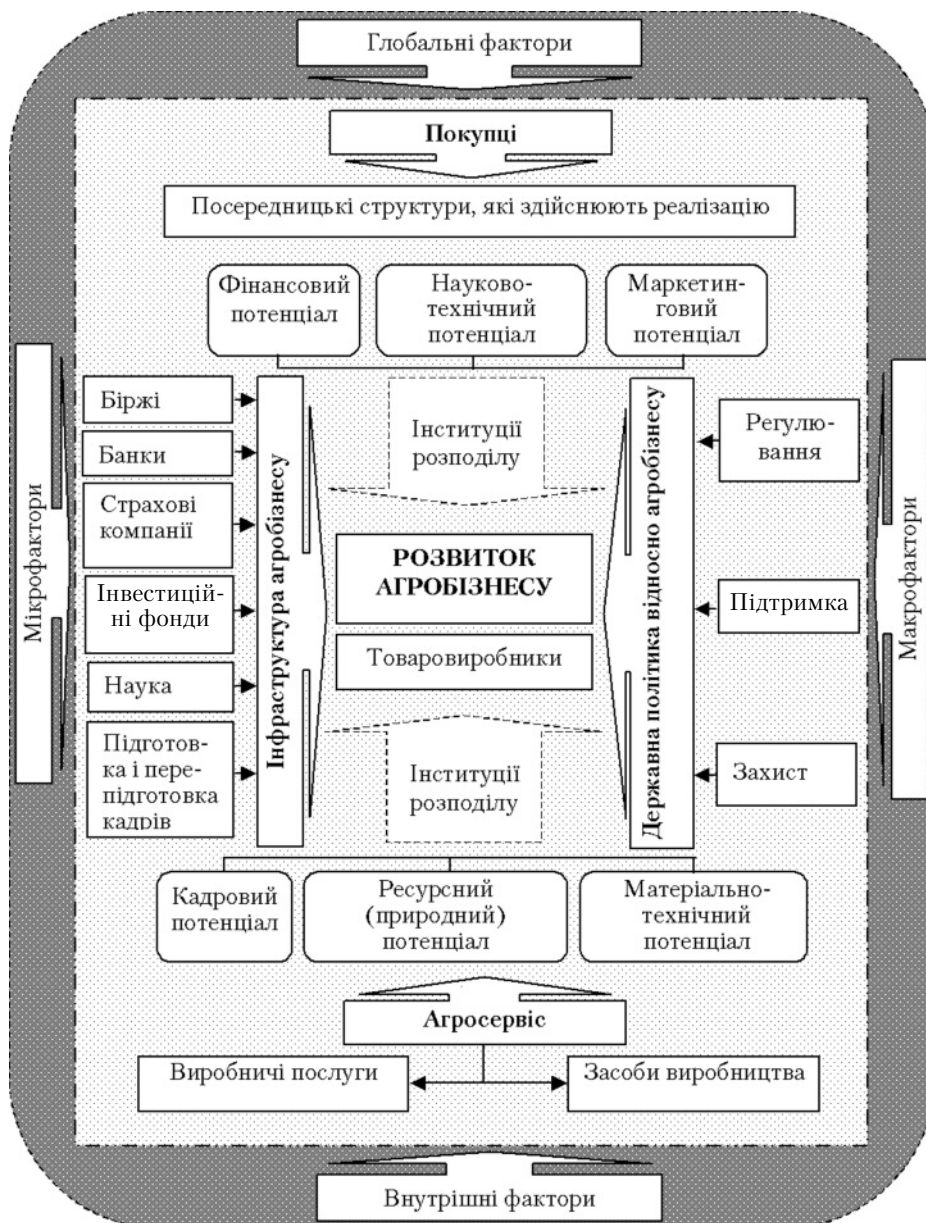


Рис. 2. Структурна модель формування конкурентоспроможного агробізнесу у бджільництві
Джерело: власні дослідження.

про наявність позитивних і негативних факторів впливу на стратегічний розвиток, поєднання дії яких ставить галузь перед необхідністю альтернативного вибору одного із чотирьох варіантних сценаріїв і, відповідно, й типу стратегії розвитку. На цій основі визначаються стратегічні цілі розвитку бджільництва.

До основних зовнішніх можливостей, які сприяють розвитку агробізнесу, можна віднести: 1) стабілізацію соціально-політичної та економічної ситуації в країні; 2) переваги, пов'язані із географічним розташуванням України (транзитні можливості та наближеність до зарубіжних країн – найбільших імпортерів продукції бджільництва (насамперед, Німеччини, Франції, Великобританії, Бельгії, Італії та Іспанії); 3) можливість формування конкурентоспроможних регіональних кластерів; 4) провідну світову позицію за валовим обсягом виробництва та рівнем споживання меду на душу населення у країні; 5) вихід на світовий ринок з екологічною (безпечною, чистою) продукцією; 6) наявність вільних світових ніш у відповідному сегменті світового агропродовольчого ринку з одночасно сильними конкурентними позиціями на ньому України; 7) альтернативну можливість самозайнятості сільського населення; 8) популяризацію галузі бджільництва за рахунок проведення в Україні міжнародного конгресу «Апімондія-2013».

До зовнішніх загроз належать: 1) загострення глобальних екологічних проблем; 2) низька інвестиційна привабливість галузі; 3) експансія зарубіжних товаровиробників у зв'язку зі вступом у СОТ, у результаті чого відбудеться гальмування розвитку національного підприємництва та відтік капіталу;

4) цінова неконкурентоспроможність продукції порівняно з китайською.

Стосовно внутрішніх чинників, до сильних сторін галузі бджільництва віднесено: 1) вигідні природно-кліматичні умови; 2) забезпеченість ресурсним і біологічним потенціалом; 3) наявність земель екологічної мережі; 4) високу якість продукції бджільництва; 5) високий рівень лояльності національних споживачів до вітчизняної продукції; 6) високий рівень диференціації продукції; 7) високий рівень концентрації людського капіталу (тобто наявність кваліфікованих та досвідчених кадрів); 8) експортоспроможність і традиційність галузі.

До слабких сторін належать: 1) недосконале нормативно-правове забезпечення; 2) недостатній рівень державної підтримки товаровиробників галузі; 3) низький рівень наукоємності, інноваційності та інформатизації галузі; 4) нерозвинутість бджолоіндустрії, виробничої й ринкової інфраструктури; 5) низька підприємницька активність сільського населення; 6) неефективна система мотивації та стимулювання праці у галузі; 7) диспаритет цін; 8) складний фінансовий стан суб'єктів господарювання; 9) незворотність соціально-демографічних процесів у сільській місцевості; 10) радіаційне забруднення значної кількості територій внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС.

За поєднання внутрішніх сильних сторін і зовнішніх можливостей (S+O) галузі бджільництва слід очікувати на найкращий можливий сценарій (рис. 3). Формується позитивний макро– і мікроклімат у економіко-організаційній та соціально-демографічній сферах, забезпечується розвиток сільських територій, розвивається агробізнес, під-

		Зовнішні чинники	
		можливості (O)	загрози (T)
Внутрішні чинники	сильні сторони (S)	<p>Очікування: S+O</p> <p>↓</p> <p>Стратегія Стойкого розвитку</p>	<p>Очікування: S+T</p> <p>↓</p> <p>Стратегія Диверсифікації</p>
	слабкі сторони (W)	<p>Очікування: W+O</p> <p>↓</p> <p>Стратегія Розвитку ринку</p>	<p>Очікування: W+T</p> <p>↓</p> <p>Стратегія Інноваційного прориву або реабілітації</p>

Рис. 3. Матриця SWOT-аналізу стратегічного розвитку вітчизняної галузі бджільництва

Джерело: власні дослідження.

вищується якість життя сільських мешканців. Це забезпечує позитивний імідж України на світових агропродовольчих ринках, підвищення рівня інвестиційної й підприємницької активності, відбувається активізація експортної діяльності, розвиток виробничої, ринкової, соціальної, туристичної (зелений і сільський туризм) інфраструктури, підвищується рівень конкурентоспроможності продукції та забезпечується розвиток суміжних галузей сільського господарства. У довгостроковій перспективі розвиток галузі бджільництва за таким сценарієм забезпечить створення національного бренду України як найкращої медової держави, що, у свою чергу, збільшить дохідність вітчизняного агробізнесу у цьому секторі і надходження до державного бюджету від експортних операцій. Для реалізації зазначеного сценарію рекомендується обрати стратегію стійкого розвитку галузі бджільництва.

Стратегія стійкого (або зрівноваженого) розвитку галузі бджільництва передбачає оптимальне використання ресурсів для довгострокового розвитку конкурентоспроможної, збалансованої, високоефективної галузевої економіки на основі наявного соціального, інтелектуального, природного, виробничого, ринкового потенціалів.

Ця стратегія ґрунтується на взаємоузгодженості і взаємодоповненні економічних, соціальних та екологічних цілей розвитку. Реалізація стратегії стійкого розвитку передбачає досягнення соціальної рівності у доступі до суспільних благ, дотримання паритету у використанні та відтворенні економічних, соціальних та екологічних функцій природних ресурсів, модернізацію виробництва у такий спосіб, що дозволяє звести до мінімуму екологічні загрози. При формуванні економічної політики обов'язково враховуються соціальні та екологічні цілі, що системно спрямовуються на підвищення якості життя сільських жителів. Стійкий розвиток забезпечуватиме певний тип рівноваги між соціальними, економічними та природними складовими життя на сільських територіях і підсилуватиме поліфункціональну конкурентоспроможність бджільництва у контексті багатofункціональної концепції розвитку сільського господарства.

Поєднання внутрішніх сильних сторін і зовнішніх загроз (S+T) може призвести до подальшого розвитку тіньового бізнесу, зокрема ухилення від сплати податків і місцевих зборів, зниження попиту серед молоді на відповідні професії та неефективне, з погляду суспільних інтересів, використання людського та соціального капіталів. За цих умов доцільно забезпечити якісний процес законотворення, посилити державну підтримку галузі, активізувати пошук зовнішніх інвесторів для забезпечення розвитку галузі бджільництва із більш активним використанням маркетингового інструментарію. Найприй-

нятнішим варіантом для розвитку галузі бджільництва у цій ситуації може стати стратегія диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання. Завдяки реалізації проектів диверсифікації виробництва і послуг покращується використання засобів виробництва і трудових ресурсів, зростає асортимент продукції, завойовуються додаткові ніші ринків, стабілізується фінансовий стан суб'єктів ринку, повніше задовольняється попит на продукцію, роботи, послуги. Така стратегія дозволяє повніше насичувати ринки продукцією та послугами, підвищувати ефективність виробництва, зайнятість за рахунок самозайнятості або створення нових робочих місць на підприємствах. Диверсифікація сприяє витісненню імпорту, більш рівномірному надходженню доходів до бюджету за періодами року, збільшенню річної маси прибутку у господарюючих суб'єктів. Проте ця стратегія, якщо вона стосується винятково конвенційного напрямку діяльності суб'єктів господарювання, не вирішує еколого-економічних проблем галузі у довгостроковій перспективі. Проблему доцільно вирішувати за рахунок диверсифікації у напрямі органічного бджільництва, адже попит на світовому ринку на зазначений вид продукції постійно зростає. Проте в Україні не повною мірою сформоване інституційне середовище. Зазначену проблему необхідно вирішити на державному рівні і тим самим підвищити рівень конкурентоспроможності об'єктів і суб'єктів галузі бджільництва.

В умовах поєднання внутрішніх слабких сторін і зовнішніх можливостей (W+O) галузі бджільництва може відбутися входження на ринок нових іноземних конкурентів, активізація різних форм підприємницької діяльності, інтеграція іноземних і вітчизняних підприємств, поліпшення консалтингового обслуговування потенційних інвесторів, підвищення якості надання послуг. Проте з метою подолання можливих негативних тенденцій необхідне поглиблення партнерства приватного бізнесу та адміністрації в економічному розвитку. Для цього сектора запропоновано стратегію розвитку ринку товарів і послуг. Така стратегія є системою ідей, поглядів, напрямів та ключових заходів щодо формування кон'юнктури ринку з урахуванням локальних підприємницьких інтересів та соціально-економічних потреб мешканців. Ключові можливості розвитку галузі бджільництва у такому випадку будуть пов'язані із посиленням ролі ринкових відносин, що не завжди сприятиме реалізації суспільних інтересів.

В умовах поєднання внутрішніх слабких сторін і зовнішніх загроз (W+T) галузі бджільництва може відбуватися дестабілізація виробництва відповідного сегменту продовольчого ринку, підвищення його імпортозалежності, декапіталізація галузі, демотивація локального підприємництва через значну кількість бар'єрів його розвитку, зниження кон-

Таблиця 2

Стратегічні цілі розвитку галузі бджільництва в Україні

ЦІЛЬ		
економічна	соціальна	екологічна
Забезпечення високої конкурентостійкості агробізнесу та його прибутковості на засадах стійкого розвитку	Підвищення якості життя сільського населення за рахунок самозайнятості	Збереження екосистеми, створення та підтримка екологічно безпечного середовища життєдіяльності
БАЧЕННЯ		
Україна – найкращий медовий край		
МІСІЯ		
Українське бджільництво – економічний, науковий та культурний центр світу		

Джерело: власні дослідження.

курентоспроможності суб'єктів господарювання, занепад існуючої виробничої інфраструктури. Галузь за такого варіанту характеризуватиметься високим рівнем зносу основних фондів об'єктів виробничої та ринкової інфраструктури, несплатою податків, посиленням екологічних проблем, зниженням привабливості зеленого і сільського туризму, подальшим погіршення соціальної й демографічної ситуації в сільській місцевості. У відповідній ситуації можливий лише один вихід – кардинальна зміна поглядів і підходів до концепції розвитку бджільництва. За таких умов бажаною є стратегія інноваційного прориву або реабілітації галузі бджільництва. Вона спрямована на створення якісно нової моделі розвитку в усіх сферах життя, що ґрунтується на інтелектуальній економіці та передбачає потік інновацій, постійне технологічне вдосконалення, виробництво й експорт високотехнологічної продукції з високою доданою вартістю, передусім, це техніка і обладнання для галузі бджільництва. Основний дохід до локальних бюджетів створюватиметься за рахунок інтелекту новаторів і науковців, розвитку інформаційної сфери, а не матеріального виробництва і концентрації ресурсів. Реалізація такої стратегії вимагає великих витрат капіталу, принципово нової якості управлінських кадрів, особливої підтримки держави. Якщо галузь бджільництва зазнає впливу негативних факторів екзогенного й ендегенного характеру, необхідно застосувати стратегію реабілітації галузі і поетапно її відновлення. Проте досвід США засвідчує практичну неможливість швидкого відновлення галузі, незважаючи на значний науковий і фінансовий потенціал цієї країни. Узагальнюючи дані SWOT-аналізу, можна визначити місію та бачення галузі бджільництва у майбутньому та виділити три ключові стратегічні цілі (табл. 2).

Отже, на практиці складно застосувати одну зі стратегій, проте оптимальною стратегією розвитку

галузі бджільництва на період до 2025 р. слід визнати стратегію стійкого розвитку, як таку, що найбільше відповідає концепції багатofункціональної ролі сільського господарства в усьому світі в контексті холістичної парадигми. У цьому випадку будуть враховані інтереси локальних громад сільських територій та всіх суб'єктів ринкових відносин. У подальшому необхідно переходити на інноваційно-інформаційний рівень розвитку, незважаючи на необхідність у значних фінансових вливаннях.

Висновки. Науково обґрунтовано, що місце держави у глобалізованій економіці визначається її порівняльними перевагами, а експортна конкурентоспроможність товарів і послуг засвідчує рівень ефективності виробництва у міжнародному порівнянні. Таким чином, стратегічними орієнтирами розвитку вітчизняної галузі бджільництва має бути націленість на експортоорієнтований вектор діяльності через розвиток агробізнесу, що забезпечить конкурентостійкість товаровиробникам на вітчизняному і світовому ринках, створення сприятливих соціо-еколого-економічних умов розвитку сільських територій. Вирішення першої стратегічної мети обумовить автоматичне вирішення другої. Досягти цього можливо через систему взаємоузгоджених і взаємодоповнювальних дій всіх суб'єктів ринку. При цьому першочергова роль належить державі, на яку покладається низка основних функцій, зокрема таких, як підтримка виробників, гармонізація державних та регуляторних інструментів бджільництва, кадрово-управлінське забезпечення галузі, контроль якісних параметрів виробництва продукції, створення сприятливого організаційно-економічного механізму для розвитку підприємств всіх організаційно-правових форм власності. Суб'єкти господарювання, у свою чергу, повинні розвиватися на засадах маркетингової концепції, проводити капіталізацію й впроваджувати інновації.