

Перспективи євроінтеграції медової галузі України: виклики та рекомендації

Лариса Старікова

ГО «Аналітичний центр Аграрного союзу України»

квітень 2024

Вступ

Останнім часом споживачі харчових продуктів в різних країнах світу все більше піклуються про здорове харчування, надають перевагу меду перед вживанням цукру. Зростає виробництво та обсяги продажу також й продуктів, які супроводжують виробництво меду, та продуктів, вироблених з меду, а сам мед все ширше використовується при виробництві готових харчових продуктів. Це сприяє зміцненню економічного потенціалу галузі бджільництва у світі та, зокрема, в країнах для яких бджолярство є традиційною сферою зайнятості сільського населення.

Бджолярство позитивно впливає на навколишнє середовище, здатне стримувати негативні процеси, які супроводжують аграрне виробництво – застосування пестицидів, збільшення площі ріллі за рахунок луків та пасовищ тощо. Галузь бджільництва також може зіграти позитивну роль у післявоєнному відновленні України за рахунок свого соціально-економічного потенціалу, збережених традицій, порівняної простоти і невеликої вартості організації виробництва, здатності відповідати цілям сталого розвитку ООН та «зелених» вимог ЄС. Український мед має зайняти вільні ніші на ринках країн ЄС та світу, задовольнити попит на якісну харчову продукцію, який постійно збільшується.

Разом з тим, недостатня обізнаність виробників щодо профільних політик та правил ЄС, вимог сучасних ринків, відсутність логістичної інфраструктури ще до війни давались взнаки і становили суттєву перешкоду для належного представлення українського меду на зовнішніх ринках. З початком воєнного вторгнення, зміцненням гібридних форм війни негативні процеси посилюються не лише в Україні, але й в країнах, які імпортують український мед. Безсумнівно, що на рівні вищих політичних кіл ЄС, в Єврокомісії наявна підтримка України і ця політика вже знайшла відображення на рівні *acquis* ЄС. Однак серед організацій громадянського суспільства, профільних бізнес-асоціацій поширюються наративи, які дискредитують українську аграрну і харчову продукцію, активно акцентуються на недоліках в системі підтвердження якості та інші відмінності між виробництвом меду в Україні та в країнах ЄС, проводяться паралелі між оптовими постачальниками меду та агрохолдингами. Зі свого боку в Україні також посилюються негативні тенденції та практики, які свого часу набули поширення і нині продовжують стримувати розвиток медової галузі.

Успішне подолання численних проблем, які стоять на шляху реалізації потенціалу українського бджільництва потребує створення євроінтеграційного галузевого програмного документу та активізація на його основі зусиль галузевої громадськості та виробників.

Роль програмних документів

Сучасний суспільно-економічний розвиток базується, перш за все, на програмних документах, які в світовій практиці отримали назву policy papers. В таких документах фіксується проблема, окреслюється коло тих, кого вона стосується, надається інформація про стан справ, визначається мета розвитку, описуються та аналізуються альтернативні шляхи її досягнення і надаються рекомендації щодо подальших дій тих, хто має відношення до досягнення цієї мети. Як правило, програмні документи розробляються експертами, науковцями або групами політичних консультантів (policy makers) і спрямовані на надання якісної і достовірної інформації тим, хто приймає рішення в уряді, галузевих асоціаціях, організаціях громадянського суспільства або на рівні суб'єктів господарювання. Основне призначення програмного документу – це стимулювання розвитку певної сфери та надання дороговказів при вирішенні складних питань.

Проблема

Виробництво меду в країнах ЄС не здатне повною мірою задовольнити попит споживачів, тож ринки ЄС заповнюються імпортованою продукцією, у тому числі недостатньо якісною продукцією з Китаю. Український експорт в ЄС також посідає місце у нижніх сегментах ціни та якості. Мед в основному постачається як сировина, а досить висока якість вітчизняної первинної продукції втрачається в логістичних ланках при формуванні великих партій та оптовому пакуванні. Експорт продуктів з доданою вартістю, як і ринки продуктів, які супроводжують виробництво меду, практично відсутній. До традиційних проблем експорту українського меду останнім часом додаються ще й проблеми торгових бар'єрів. Попри введення і регулярне продовження режиму безмитної торгівлі з ЄС, в середовищі європейських громадських організацій все гучніше лунають заклики до встановлення торгових обмежень на український мед. Всі ці аспекти потребують детального опрацювання і визначення дієвих шляхів подолання проблем.

Стан справ

До початку агресії Україна посідала провідні позиції і входила в п'ятірку провідних світових експортерів, стабільно посідаючи 1-2 місце серед постачальників меду в країні ЄС. Галузь бджільництва є традиційною для української економіки, історично виробництво меду велося домогосподарствами. Навіть в епоху переходу до великотоварного сільськогосподарського виробництва на початку 1970-х років половина з 2,5 млн. бджолиних сімей належала аматорським домогосподарствам, а частка дрібних пасік, які утримували до 100 бджолосімей становила 58%¹. Разом з тим в Україні історично існувала й тенденція до промислового виробництва меду, до формування великих експортно-орієнтованих партій.

На галузь бджільництва не вплинули навіть негативні економічні тенденції 1990-х років. За рахунок орієнтації на малий приватний бізнес бджолярство показало унікальну економічну стійкість – навіть в найбільш кризовий для галузі 2000 рік кількість бджолосімей наближалась до 2,7 млн, а виробництво меду становило 52,4 тис тон.¹

Від початку 2000-х і до моменту вторгнення медова галузь демонструвала стабільність. В різні роки виробництво меду коливалось в діапазоні 60-70 тис.тон на рік, кількість бджолосімей – навколо 3 млн. Прискорений розвиток експорту почався після 2010 року і зріс з 15 до 50 тис. тон, в окремі роки досягаючи позначки 67-80 тис.тон. Під час війни обсяги експорту меду дещо скоротилися – до 48 та 37 тис.тон відповідно у 2022 та 2023 роках. Але таку тенденцію не можна назвати руйнівною, зміни перебувають на рівні коливань виробництва в різні роки, спричинені природними факторами¹.

Основними імпортерами українського меду є ЄС (89,1%, лідери Німеччина та Польща) та США (6,3%). Натомість лідерами споживання меду у світі окрім ЄС, є Південно-Африканська Республіка та Нова Зеландія, на ринках яких український мед нині не представлений взагалі. За обсягами роздрібного продажу меду лідерами є Німеччина, Франція та США. Найбільш динамічне зростання споживання меду останнім часом відбувається в США, Франції, Швеції та Фінляндії. Наразі місцеве виробництво в країнах ЄС забезпечує лише 60% від потреби і, за оцінками експертів, ця частка буде знижуватися².

Тож галузь виробництва меду в Україні попри всі негативні обставини є стабільною, економічно і соціально перспективною, відповідає структурі аграрного виробництва країн ЄС, має перспективу збільшення експорту за рахунок виведення продукції на нові ринки, але лишається недостатньо розвиненою в плані переробки, розвитку ринків готової та побічної продукції і їй бракує інструментів підтвердження якості.

Мета

Метою медової галузі, і, зокрема, написання даного програмного документу, є повна реалізація економічного, соціального та екологічного потенціалу медової галузі України відповідно до цілей сталого розвитку ООН, Зеленого курсу ЄС, Спільної аграрної політики ЄС, завдань України на етапі вступу до ЄС та принципу післявоєнної відбудови ‘to build back better’.

Цільова аудиторія

Цільову аудиторію сучасної медової галузі наразі складають:

- виробники меду, побічної та готової продукції;
- представники логістичної та торгової інфраструктури;
- представники інфраструктури якості;
- аналітичні центри (think tanks), профільні середні та вищі навчальні заклади;
- спільноти та мережі профільних фахівців;
- профільні бізнес-асоціації та громадські організації;
- профільні органи державної влади (Мінеко, Мінагро, МЗС, МОЗ, ДПСС, ДПС);
- органи місцевого самоврядування;
- споживачі меду, побічної та готової продукції.

Для досягнення кінцевих економічних результатів кожна з цих цільових аудиторій має усвідомити своє місце в розвитку галузі, проблеми, як стримують як її власний розвиток, так і розвиток галузі в цілому, окреслити свої завдання, спрямовані на досягнення загальної мети і прагнути координації зусиль та максимальної синергії при виконанні завдань.

Проблеми і завдання цільових аудиторій

Виробники меду, побічної та готової продукції. Основною проблемою виробників меду наразі є неможливість реалізації наявного економічного потенціалу через відсутність розвиненої інфраструктури в частинах логістики (недостатній розвиток національної торгової інфраструктури, монополізація експорту трейдерами), переробки (відсутність потужностей з переробки первинної продукції), інфраструктури якості (відсутність гармонізованих стандартів та нерозвиненість національної системи оцінки відповідності). Під час війни галузь зазнала певного руйнування і потребує відновлення потужностей та обсягів виробництва згідно принципу 'to build back better'. Натомість розвиток ринків побічної продукції бджільництва стримує відсутність торгової інфраструктури та необізнаність споживачів. Виробництво готової продукції стримується, в основному, неспроможністю національної фінансової системи надавати та обслуговувати інвестиції, а також обмеженим доступом до новітніх технологій, низьким ступенем обізнаності виробників щодо сучасних вимог та стандартів, нерозвиненістю системи оцінки відповідності.

Завданням виробників меду, побічної та готової продукції є стимулювання розвитку профільної національної торгової інфраструктури, інфраструктури якості, реформування фінансової системи всіма наявними засобами, починаючи від поширення інформації про свої потреби і закінчуючи наданням гарантій партнерам з інфраструктури, укладанням з ними довгострокових договорів, які стимулюють їх належний розвиток, та власними інвестиціями.

Представники логістичної та торгової інфраструктури. Основною проблемою цієї категорії є те, що свого часу вона проходила становлення в несприятливому фінансовому та технологічному середовищі, а відтак донині працює на зниження економічного потенціалу галузі. Оптова торгівля не переймається збереженням високих якостей первинної продукції, роздрібна мережа не приділяє уваги розвитку споживача. Для подолання цих проблем пріоритетна увага на етапі повоєнного розвитку має бути приділена вивченню кращих світових практик та реалізації інвестиційних проектів в сфері інфраструктури внутрішньої та зовнішньої торгівлі. Ця сфера має гарантувати споживачу високу якість продукції і досягати цього шляхом встановлення правил для своїх постачальників (приклад – система Global GAP).

Вже зараз виробники меду та представники інших зацікавлених кіл можуть формувати технічні завдання, шукати партнерів, готових започатковувати або реформувати торговий бізнес, ініціювати та опрацьовувати проекти з розвитку логістичної та торгової інфраструктури.

Представники інфраструктури якості. Інфраструктура якості традиційно лишається слабким місцем вітчизняної економіки. Настрої спільноти виробників коливаються від повного ігнорування добровільних вимог до намагання їх ввести в дію розпорядчими документами органів влади і таким чином зробити обов'язковими. Розуміння того, як працює «м'яке» законодавство повністю відсутнє попри те, що його форматів в національній законодавчо-нормативній базі чи не більше, ніж в *acquis* ЄС³. Окремі елементи інфраструктури якості існують в Україні традиційно (ДП «УкрНДНЦ» як національний орган стандартизації і депозитарій стандартів, у тому числі гармонізованих, органи з оцінки відповідності переважно уособлені обласними організаціями системи Укрстандартметрологія). Останнім часом їх діяльність стає все більш адекватною, але пройде ще багато часу, перш ніж вони зможуть належним чином обслуговувати потреби вітчизняних виробників. Це є ключовою проблемою, яка стоїть на перешкоді реалізації потенціалу української медової галузі в країнах ЄС та на інших зовнішніх ринках.

Однак можна не чекати завершення реформування національної системи стандартизації і сертифікації і вже зараз «малою кров'ю» вирішити проблему надання міжнародному споживачу гарантій у високій якості української медової продукції. Для цього потрібно, з одного боку, створити низку галузевих стандартів і показати їх відповідність міжнародним обов'язковим та добровільним вимогам за допомогою чек-листів (у тому числі на основі дослідження українських науковців⁴), з іншого – створити сертифікаційну програму (згідно порад Райнера Фріделя⁵) і надавати ліцензії органам з оцінки відповідності.

Аналітичні центри, середні та вищі навчальні заклади. Місія цієї цільової категорії полягає у створенні передумов для зміцнення позицій української продукції на внутрішніх і зовнішніх ринках. Відставання в технологічному розвитку, освоєнні перспективних ринків, перш за все, зумовлене недостатнім фаховим супроводом діяльності як окремих підприємств, так і галузі в цілому. За часів, коли в економічному розвитку знання починають грати ключову роль, а частка нематеріальних активів на балансах суб'єктів господарювання невинно зростає, роль освіти, аналітичного та консультативного супроводу стає вирішальною. Нерозвиненість нематеріальних активів на рівні підприємства знижує його вартість і спроможність до залучення інвестицій. Відсутність сучасних активів на галузевому рівні, які належать закладам освіти, науковим установам, дорадчим службам та аналітичним центрам, наносить шкоду галузі в особливо великих розмірах. Інтелектуальна інфраструктура має існувати так само як і інфраструктура логістична чи інфраструктура якості. Наразі в Україні вона представлена хіба що точково і свою роль усвідомлює хіба що інтуїтивно.

Система *policy making* центрів, *think tanks* (за відсутності розуміння змісту цих понять складно навіть підібрати україномовні терміни), дорадчих служб, закладів середньої та вищої освіти має бути кардинально реформована. Тільки за цієї умови український мед, як і інша продукція, зможе утримати позиції на сучасних ринках, які стрімко розвиваються.

Розвиток цієї цільової аудиторії також має йти за рахунок капіталізації кращих практик виробництва, торгівлі та споживання. Розвиток галузі, її виведення на довоєнні рубежі, реалізація соціального потенціалу, у тому числі в частині підтримки ветеранів війни, має відбуватися через поширення передового досвіду, його документування та реалізацію ліцензій на готові ефективні рішення.

Фахівці. Фахове забезпечення, з одного боку, є цілком достатнім – профільні навчальні заклади готують достатню кількість фахівців. Однак за рахунок того, що система освіти лишається не надто пристосованою до сучасних освітніх стандартів, зв'язки теорії з практикою є традиційно слабкими, ефективність застосування отриманих знань на практиці лишається низькою. Спостерігається тенденція, коли знання отримують не стільки ті, хто планує бути найманим працівником, скільки власники приватного бізнесу. Професійне мережування між фахівцями галузі практично відсутнє. Розвиток галузі тримається на зусиллях окремих науковців-ентузіастів і економічними стимулами не підтримується.

Натомість роль фахівців у адекватному функціонуванні, а особливо у розвитку, галузі є ключовою. Для нормалізації стану виробники повинні визнавати інтелектуальний вклад фахівців шляхом документування об'єктів інтелектуальної власності (ноу-хау, комерційна таємниця, раціоналізаторська пропозиція), їх обліку як нематеріальних активів з наступною сплатою роялті. Фахівці також мають опанувати механізм створення сучасної технологічної і управлінської документації і її поширення через продаж ліцензій. Система дорадчих служб фактично є торговим майданчиком, на якому фахівці можуть реалізувати свої інтелектуальні активи як у формі тренінгів та консультацій, так і для продажу ліцензій. Окрім того останнім часом в ЄС активно розвиваються інструменти фахового мережування⁶. Все це є напрямками нормалізації ситуації у сфері фахового забезпечення розвитку вітчизняного бджільництва.

Профільні бізнес-асоціації та громадські організації. З усієї інфраструктури, яка забезпечує діяльність бізнесу, сегмент громадських організацій в Україні розвинений найкраще. Сьогодні він перебирає на себе чи не всі інфраструктурні функції, починаючи від освіти і закінчуючи формуванням торгових партій. Натомість роль громадських організацій, перш за все, полягає у забезпеченні комунікації галузі з органами влади, адвокацією інтересів цільових аудиторій на всіх рівнях, в зміцненні галузевих ринків. В ЄС саме через галузеві асоціації надається централізована фінансова підтримка на просування медової продукції на ринках. Провідною також є роль галузевих асоціацій в запровадженні стандартів. Саме галузеві неприбуткові організації формують технічні комітети, підтримують процес створення і регулярного оновлення стандартів⁷.

Українським бджолярам питання організації діяльності технічного комітету, розробки та наступного оновлення гармонізованих стандартів варто покласти на одну з галузевих асоціацій. В той час як інші громадські організації і бізнес асоціації мають сконцентруватися на адвокації інтересів своїх членів та тих питаннях, де мають найбільший досвід і найкращі результати.

Профільні органи державної влади. Компетенція органів державної влади передбачає участь у формуванні політик і їх реалізацію шляхом формування законодавчо-нормативної бази. Починаючи з 2014 року всі політики та інструменти їх реалізації мають бути гармонізовані з відповідними документами acquis ЄС. Однак попри те, що завдання гармонізації політик в Угоді про асоціацію згадується на рівні преамбули і надалі визначається як найперша ціль вже в першій статті, процес пішов по шляху гармонізації законодавства, жодним чином не враховуючи зміст європейських політик. Це має наслідком нестабільність євроінтеграційного процесу і дискредитацію його цінностей³.

Аграрна політика України має бути гармонізованою з САП ЄС, а національна політика розвитку бджільництва, в свою чергу, з національною аграрною політикою. За відсутності цих документів і наявності Угоди про асоціацію, яка як міжнародний документ має пріоритет над національним законодавством, можна формувати галузеву політику безпосередньо на основі acquis ЄС. Однак інструменти фінансової підтримки галузі навряд чи можна ввести у життя без участі органів виконавчої влади і, зокрема, Мінагрополітики. В ЄС політика у сфері бджільництва (апікультура) врегульована регламентами 2021/2115 від 02.12.2021⁸, яким встановлюються правила формування національних стратегічних планів та 1308/2013 від 17.12.2013⁹, яким встановлюється спільна організація ринків агропродовольчої продукції. Бджільництво в ЄС отримує дотації як від Єврокомісії, так в рамках бюджетів країн-членів. Підтримка здійснюється за напрямками технічної допомоги бджолярам та їх організаціям, боротьби з захворюваннями та шкідниками, оптимізації відгону бджіл, підтримки наукових та лабораторних досліджень, які здатні збільшити ціну продукції, реконструкції вуликів, моніторингу ринку, підтвердження якості продукції, спрямованої на зміцнення позицій на ринку. На етапі спрямування до бюджету України 50 мдрд. євро за програмою Ukraine Facility, бджолярам варто вимагати від Мінагрополітики фінансування галузі бджільництва відповідно до напрямів надання коштів, які існують в ЄС, у тому числі підтримки розвитку інфраструктури якості як запоруки отримання справедливої ціни на український мед на зовнішніх ринках.

Органи місцевого самоврядування. Останнім часом органи місцевого самоврядування активно напрацьовували стратегії розвитку територіальних громад і розвиток бджолярства, як правило, включався до них. Однак низька культура реалізації програмних документів, традиції авторитарного управління з боку обраних керівників, їх корумпованість, слабка підтримка бізнесу з боку місцевої влади навряд чи здатні забезпечити інноваційний розвиток галузі бджолярства, реалізувати його соціально-економічний потенціал. На етапі післявоєнного відновлення основна фінансова допомога в основному буде спрямовуватися на місця. За таких умов місцевим бджолярам варто проводити освітню роботу серед посадових осіб, ставити їх до відома про тенденції та напрями інноваційного розвитку, спонукати поширювати інформацію про належні європейські практики, у тому числі у сфері екології, застосування пестицидів, ГМО, налагоджувати діалог з місцевими сільгоспвиробниками, спрямований на запровадження стандартів та правил, які існують в ЄС. Органи місцевої влади мають залучатися до реалізації проектів у сфері бджільництва як вигодонабувачі.

Споживачі. На даному етапі споживачі меду в Україні є дезорієнтованими. За рахунок поширення фальсифікату, вони не знають що купляти і нерідко відмовляються споживати мед взагалі. В інших сегментах споживання вже ствердилися національні бренди, які мають довіру у споживачів. Однак такі тенденції поки що не торкнулись галузі бджільництва. Складається навіть парадоксальна ситуація, коли молоде покоління надає перевагу меду з інших країн, який представлений в мережевих супермаркетах.

Разом з тим в Україні існують досить сильні організації із захисту прав споживачів. Зокрема, ВГО «Споживча довіра» працює за такою самою схемою, як німецький Stiftung Warentest¹⁰, проводить незалежні дослідження і поширює їх результати у пресі. Бджолярам варто терміново започаткувати співпрацю з організаціями захисту прав споживачів.

Альтернативи розвитку

Сценарії розвитку вітчизняного бджолярства можна згрупувати у три альтернативи: стихійний шлях розвитку, активізація просування українського меду на світових ринках, інноваційне оновлення галузі бджолярства і її інфраструктури.

Стихійний розвиток. До початку війни галузь бджолярства розвивалась в основному стихійно. Тут спостерігалися ті ж самі процеси становлення аматорського та агресивного бізнесу, що і в інших сферах економіки України. Зокрема, мала місце стійка тенденція до максимізації прибутку, яка виливалась у поширення фальсифікату, дискредитацію української продукції та зменшення конкурентоздатності доброчесних виробників. Намагання посередницького бізнесу отримати максимальну вигоду за рахунок збільшення оптових партій для зовнішніх ринків дискредитувало продукцію вітчизняного виробника і створювало додаткові перешкоди, як для розвитку галузі, так і для зміцнення позицій на міжнародних ринках. На етапі післявоєнної відбудови існує небезпека, що ті гроші, які держава та міжнародна спільнота надаватиме ветеранам, будуть вкладатися в розвиток бджолиного бізнесу відповідно до усталених традицій. Виробництво медового фальсифікату, нівелювання якості меду на етапі формування оптових партій за таких умов може суттєво зрости і це створить додаткові перешкоди для доброчесних виробників та виведення їх продукції на міжнародні ринки.

Активізація просування. Популяризація українського меду в розвинутих країнах, перш за все на міжнародних виставках, здатна привернути увагу партнерів та споживачів до вітчизняної медової продукції. В ЄС надається фінансова підтримка на зміцнення позицій виробників меду на ринках, і Україна також може запровадити програми бюджетної підтримки просування меду за кордоном. Однак без вирішення проблем знецінення продукції на етапі формування оптових партій, засилля фальсифікату, слабкості інфраструктури якості активізація просування може мати прямо протилежні наслідки. Пригортаючи увагу до вітчизняного меду, на практиці можна посилити позиції саме оптових постачальників. Це здатне створити додаткові бар'єри для доброчесних виробників і зміцнити негативний імідж української медової продукції.

Інноваційне оновлення. Повна реалізація економічного, соціального та екологічного потенціалу медової галузі України можлива лише за умови інноваційного оновлення галузі та її інфраструктури, зокрема, відповідно до наступних рекомендацій.

Рекомендації

Підсумовуючи зазначені вище завдання цільових аудиторій, спрямовані на інноваційне оновлення галузі бджолярства та розвиток її інфраструктури, можна зазначити наступне:

1) Саме виробники меду мають ініціювати і частково інвестувати розвиток сучасної інфраструктури галузі бджолярства. Вже під час війни вони можуть розпочати розробку проектів, спрямованих на подолання проблем в критичних точках зміцнення довіри споживача за рахунок розвитку інфраструктури якості (формування гармонізованого національного бренду та системи оцінки відповідності) та розвитку системи роздрібно торгівлі, у тому числі за кордоном (виведення сформованого бренду в торгові мережі країн ЄС, у тому числі через їх представництва в Україні).

Виробники меду також мають вести активний діалог з профільним міністерством та іншими центральними органами виконавчої влади з питань формування та впровадження адекватної євроінтеграційної політики та інструментів її реалізації, у тому числі – гармонізації програм фінансування галузі в рамках інструменту Ukraine Facility. Також варто налагодити тісну співпрацю з органами місцевого самоврядування з питань формування та реалізації інвестиційних проектів з інноваційного розвитку бджільництва в рамках програм міжнародної допомоги, яка надаватиметься на післявоєнне відновлення та соціальну підтримку внутрішньо переміщених осіб та ветеранів.

2) Виробники меду мають самі налагодити зв'язки з сучасними торговими мережами, перш за все іноземними, які працюють в Україні. Вже зараз вони можуть сформувати пул партнерів і разом з ними розробити та представити на розгляд інвесторів та донорів проект з комплексного розвитку інфраструктури торгівлі медом. Такий проект має бути спрямований на паралельне вирішення завдань формування сучасної логістики для торгівлі медом в Україні та за кордоном, становлення галузевої інфраструктури якості та забезпечення довіри споживачів.

3) Також вже сьогодні виробники меду можуть скооперуватися для того, щоб запустити програми зміцнення довіри споживача. Адже організації захисту прав споживачів під час війни продовжують проводити незалежне тестування харчових продуктів і поширення їх результатів в пресі¹⁰.

4) Для гарантування сталого розвитку бджолярства України має бути кардинально переглянута система галузевої освіти та фахової підтримки. В системі освіти мають бути суттєво посилені факультативні, дуальні та дистанційні складові. Це можна зробити шляхом створення або реформування вже наявних освітніх центрів (територіальні та галузеві NGO). Також має бути створена (на жаль, «з нуля») система фахової підтримки як діяльності окремих господарств (у тому числі на основі гармонізованої системи дорадчих служб), так і галузі в цілому (галузеві think tanks). А самі фахівці – опанувати сучасні економічні механізми капіталізації знань (у тому числі за рахунок напрацювань ГО АЦ АСУ¹¹).

5) Розвиток бджолярства має йти шляхом капіталізації кращих вітчизняних та світових практик (зокрема у сфері розвитку лінійок продуктів, які супроводжують виробництво меду, продуктів його переробки, у тому числі медових напоїв). На основі дорадчих служб мають вестися тренінги за ліцензованими програмами провідних вітчизняних та міжнародних фахівців. Також має бути налагоджене документування технологічних та управлінських процедур як об'єктів інтелектуальної власності і продаж ліцензій (перш за все представникам вразливих категорій – ветеранам та інвалідам війни, внутрішньо переміщеним особам, жінкам, молоді) з метою формуванням однорідних партій готових продуктів на експорт.

б) Виробники меду мають чинити постійний тиск на органи виконавчої влади та місцевого самоврядування, у тому числі через свої галузеві бізнес-асоціації, стосовно гармонізації національної аграрної політики з профільними політиками ЄС (Зелений курс, Спільна аграрна політика, політики згуртованості, інноваційного розвитку, цифровізації), інструментами їх реалізації (у тому числі в рамках Ukraine Facility) та включення питань розвитку бджолярства до стратегічних програм розвитку територіальних громад.

Організаційне забезпечення

Для проведення політики розвитку українського бджолярства відповідно до цілей сталого розвитку ООН, Зеленого курсу ЄС, Спільної аграрної політики ЄС, завдань України на етапі вступу до ЄС та принципу післявоєнної відбудови ‘to build back better’ потрібно створити Раду українського бджолярства, як орган, який координує діяльність інституцій, підприємств та організацій, дотичних до розвитку бджільництва. Основним завданням цього органу є гарантування гармонійного розвитку вітчизняного бджолярства на євроінтеграційній та інноваційній основі шляхом реалізації наданих вище рекомендацій.

Фінансування

Джерелами фінансування розвитку бджолярства є інвестиційний потенціал українських бджолярів та інфраструктури торгівлі медом (проекти у точках збільшення ефективності діяльності бджолярів та галузі в цілому), державні програми підтримки бджільництва, розвитку сільських територій та соціального захисту вразливих верств населення (перш за все ветеранів і інвалідів війни), грантові можливості, які надаються міжнародними донорами, приватні інвестиції, фінансові інструменти Ukraine Facility та в наступному – ресурси програми IPARD та інших програм підтримки процесу інтеграції України до ЄС.

Окремої уваги заслуговує питання підвищення якості та збільшення вартості наявних активів за рахунок обліку об’єктів інтелектуальної власності як нематеріальних активів суб’єктів господарювання. Це збільшує шанси бджолярів на залучення інвестицій від міжнародних фінансових організацій.

Заключна ремарка

Питання про те, яку з наведених вище альтернатив обере вітчизняне бджолярство для свого подальшого розвитку лишається відкритим. Є велика ймовірність, що на практиці реалізується саме стихійна альтернатива. Недолуге слідування практикам ЄС у сфері просування може створити додаткові перешкоди для зміцнення позицій українських бджолярів на зовнішніх ринках. В даному програмному документі розкривається зміст інноваційної альтернативи. Він потребує подальших обговорень, доопрацювання та якнайшвидшого запровадження конкретних дій.

Посилання

- ¹ [«Перспективи інтеграції українського медового сектору в єдиний європейський ринок: забезпечення якості та безпечності продукції, стандарти та вимоги ЄС, виклики та перспективи в контексті євроінтеграції»](#), Анна Бурка, АПД, 2023.
- ² [«Огляд ринку: світові тренди для виробників меду»](#), Управління організаційної роботи та міжнародних відносин Запорізької ТПП, 2023
- ³ [«Регуляторна політика на етапі набуття членства в ЄС»](#), ГО «Аналітичний центр АСУ», УНП СхП, 2023
- ⁴ [«Нормативне регулювання показників безпечності та якості меду»](#), Л. Адамчук, Н. Сілонова, В. Сухенко, К. Пилипко, НУБіП, 2020
- ⁵ [«Інформація та рекомендації до дій для подальшого розвитку стандартів якості та безпечності в Україні з урахуванням європейського досвіду та найкращих практик»](#), Райнер Фрідель, АПД, 2023
- ⁶ [CAP Network](#), EU, [Тренерська мережа КДК](#), Україна
- ⁷ [«Концепція розвитку галузевих асоціацій на засадах саморегулювання»](#), ГО «Аналітичний центр АСУ», 2018
- ⁸ [Регламент 2021/2115 від 02.12.2021](#), яким встановлюються правила підтримки національних стратегічних планів, які розробляються країнами-членами ЄС в рамках Спільної аграрної політики (CAP Strategic Plans) і фінансуються Європейським фондом гарантування сільського господарства (EAGF, European Agricultural Guarantee Fund) та Європейським сільськогосподарським фондом для сільського розвитку (EAFRD, European Agricultural Fund for Rural Development),
- ⁹ [Регламент 1308/2013 від 17.12.2013](#), яким встановлюється спільна організація ринків агропродовольчої продукції
- ¹⁰ [Центр експертиз ТЕСТ](#), Україна, [Stiftung Warentest](#), Німеччина
- ¹¹ [«Стратегія розвитку ГО Аналітичний центр АСУ»](#), ГО «Аналітичний центр АСУ», 2022