

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.02.265>

JEL classification: Q13, O13, L10

UDC: 334.7:338.439.5:638.16(477)

Іван СВИНОУС

доктор економічних наук, професор кафедри обліку і оподаткування,
Білоцерківський національний аграрний університет, Україна

ORCID ID: 0000-0002-0346-1596

E-mail: isvinous@ukr.net

Надія СВИНОУС

доктор філософії в галузі менеджменту, підприємець, Україна

ORCID ID: 0000-0003-3640-0519

E-mail: svnadia94@gmail.com

РОЗВИТОК КООПЕРАЦІЇ ЯК ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ МЕДУ В УКРАЇНІ

АНОТАЦІЯ

Вступ. Бджільництво в Україні – це одна з галузей, яка дозволяє сільському населенню відкривати малий та середній бізнес на сільських територіях. Виробництво меду в Україні в основному зосереджено в господарствах населення – понад 98% і лише до 2% виробляється суб'єктами господарювання підприємницької діяльності в сфері аграрного бізнесу. Виробництвом меду в Україні займаються, за експертними оцінками, близько 400 тисяч пасічників.

Мета статті - на основі узагальнення досліджень науковців та досвіду провідних країн світу у виробництві продукції бджільництва запропонувати практичні рекомендації щодо посилення ролі кооперації при формуванні товарної пропозиції на ринку меду.

Метод (методологія). Теоретичною і методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання та основні положення теорії кооперації, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених. Із спеціальних методів дослідження в статті використані: абстрактно-логічний (виявлення взаємозв'язків між теоретичним узагальненням та формуванням висновків), монографічний (вивчення сучасного стану розвитку ринку меду), табличний і методи відображення інформації.

Результати. Доведено, що об'єднання в кооперативи дозволять українським бджолярам ефективніше лобювати свої інтереси перед експортерами, державою та зарубіжними партнерами. Регіональні кластери бджолярів сприятимуть налагодженню цивілізованих каналів збуту продукції, співпраці українських виробників меду з торговельними мережами.

Ключові слова: кооперація; ринок меду; бджільництво; пропозиція; експорт.

Вступ

Україна – одна з провідних держав світу з виробництва продукції бджільництва, головним чином меду та його експорту. Запилення сільськогосподарських культур, виробництво меду, воску та іншої продукції бджільництва для потреб населення, харчової, медичної, хімічної та інших галузей – ось неповний перелік багатогранності галузі.

Бджільництво в Україні – це одна з галузей, яка дозволяє сільському населенню відкривати малий та середній бізнес на сільських територіях. Виробництво меду в Україні в основному зосереджено в господарствах населення – понад 98% і лише до 2% виробляється суб'єктами господарювання підприємницької діяльності в сфері аграрного бізнесу. Виробництвом меду в Україні

© Іван Свиноус, Надія Свиноус, 2023

Отримано: 29.04.2023 р.

Рекомендовано до друку: 12.05.2023 р.

Опубліковано: 31.05.2023 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Як цитувати:

Свиноус І., Свиноус Н. Розвиток кооперації як основи формування товарної пропозиції на ринку меду в Україні. *Економічний аналіз*. 2023. Том 33. № 2. С. 265-272. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.02.265>

займаються, за експертними оцінками, близько 400 тисяч пасічників.

Для України бджоли мають важливу господарську цінність: вони виконують функцію запилення, що сприяє підвищенню врожайності ентомофільних сільськогосподарських рослин (соняшнику, ріпаку, гречки, плодово-ягідних, городніх культур і ін.); вони є біоіндикаторами екосистеми та стану довкілля.

Аналіз літературних джерел, в яких розглядаються питання розвитку і становлення кооперації, свідчить про те, що дана проблема завжди привертала увагу вчених. Вони стали предметом уваги багатьох дослідників і в Україні. Цій темі присвятили свої праці вчені-аграрники: В. В. Гончаренко, В. В. Зіновчук, М. Й. Малік, Л. В. Молдаван, О. М. Онищенко, П. Т. Саблук та інші. Проте, поза увагою залишається проблема розвитку кооперативного руху в бджільництві, де домінують при виробництві меду особисті селянські господарства.

Мета статті

Мета статті – на основі узагальнення досліджень науковців та досвіду провідних країн світу у виробництві продукції бджільництва запропонувати практичні рекомендації щодо посилення ролі кооперації при формуванні товарної пропозиції на ринку меду.

Виклад основного матеріалу дослідження

Галузь бджільництва виробляє цінні продукти харчування і сировину для фармацевтичної промисловості – мед, пилок, маточне молочко, віск прополіс, бджолину отруту, які повністю задовольняють потреби внутрішнього ринку і є важливою складовою українського експорту товарів. Україна входить в десятку найбільших світових виробників та експортерів меду і перша за експортом меду в країнах Європейського Союзу [1].

Незважаючи на високі цифри щодо експорту українського меду, цей цінний продукт українських пасік експортується як сировина за найнижчою ціною у світі. Показник експорту меду не є показником розвитку бджільницької галузі, яка значно відстає від потреб і динаміки ринку – як внутрішнього, так і зовнішнього.

Як свідчать наближені дані Державною служби статистики України у 2022 році в Україні виробили 63,1 тис. тонн меду – на 8% менше, ніж 2021 році [11]. Зокрема, сільськогосподарські підприємства виробили 576 тонн меду, що на 15,9% менше, як порівняти з показником минулого року. У господарствах населення протягом 2022 року виробництво меду скоротилося на 7,9%, як порівняти з 2021 роком, – до 62,5 тис. тонн [11].

У регіональному розрізі лідером із виробництва меду торік була Хмельницька область (6,6 тис. тонн). До трійки найбільших виробників також потрапили Сумщина (6,3 тис. тонн) і Житомирщина (6,2 тис. тонн).

Найвищі темпи зростання виробництва меду у 2022 році були на Сумщині (34,9%), Тернопільщині (274%) та Хмельниччині (22,3%). [11].

Мед останніми роками став одним із тих продуктів, які приносять стабільно високий рівень валютної виручки українським експортерам.

Хоча в кількісному вираженні обсяги його продаж демонструють коливання, завдяки зростанню цін з 2021 року це не сильно впливає на суму загального доходу. У 2022 році обсяги реалізації вітчизняного меду на закордонних ринках дещо знизилися – 48 тис. т (-17%) вартістю \$137 млн (-5%), при цьому експортна ціна досягла 2853 \$/т.

Протягом 2021-2022 рр. мед українського виробництва експортувався переважно до країн ЄС, звідки було отримано виторг у сумі \$120 млн (88% загальної вартості). Основними покупцями українського меду у 2022 році виступали Німеччина (\$38 млн), Польща (\$24 млн), Франція (\$11 млн), США (\$10 млн), Італія (\$7 млн), Іспанія (\$6 млн), Бельгія (\$6 млн). Також імпортували з України цей продукт бджільництва – Японія (на \$1,7 млн), Туреччина, Ізраїль, Катар, ОАЕ та Сомалі.

Мед – один із небагатьох компонентів українського аграрного експорту, який не постраждав від блокування морських портів російськими військами, оскільки в основному споживачі – європейські країни, серед яких лідерами зі споживання українського меду є Польща та Німеччина [2]. Квоти щодо цього продукту для безмитного ввезення, котрі виділялися в рамках Угоди про асоціацію з ЄС,

на протязі короткого проміжку часу. Нині, після зняття мита та зборів з українського експорту Європейським Союзом, в українських бджолярів буде гарантований ринок збуту.

Враховуючи об'єктивні та суб'єктивні чинники, вважаємо, що експорт українського меду потрібно виводити на новий рівень: збільшити асортимент, розробити пакування та маркетинг продукції. Це стане можливим завдяки кооперації виробників меду.

Україна посіла перше місце в Європі за виробництвом меду. Проте, вартість українського природного підсолоджувача є однією з найнижчих у світі та становить \$1,98/кг.

Нині європейські споживачі шукають інноваційні продукти з новими цікавими смаками: прянощами, горіхами та ягодами, травами, гострим смаком із перцем, різноманітні види крем-меду. Органічна продукція також є безумовним фаворитом ринку — разом із монофлорними сортами меду.

До того ж, 99% усього українського меду експортується в бочках — без упаковки, без бренду, та фактично без доданої вартості. Середня ціна такого меду в 2021 р. на європейському ринку не перевищувала \$2/кг. А також близько 90% вітчизняного природного підсолоджувача, що експортується — це мед соняшника. Відсутність різноманіття сортів меду ускладнює збільшення ціни [3].

Такий підхід не враховує споживацьких трендів європейського ринку. Для прикладу, на фото — різноманіття видів меду, з різною упаковкою на полицях одного з супермаркетів Польщі:

Вихід на експорт у спеціалізовані магазини та торгові мережі з упакованим товаром дозволить отримати велику маржу: європейські ціни на квітковий мед — близько €5,3 /кг, на крем-мед — €6,6 /кг. Органічний мед коштує набагато дорожче: квітковий — €13,3 /кг, а монофлорна акація — €14,1 /кг.

Вирішити питання, які дозволять покращити споживацьку привабливість українського меду, можна завдяки кооперації виробників меду.

Розвиток кооперації виробників, спрямованої на створення великих підприємств з виробництва, переробки та збуту меду та іншої продукції бджільництва, здатне захистити бджолярів від тиску торгово-посередницьких структур, завдяки чому більшість коштів залишатиметься в галузі, сприяючи її подальшому розвитку.

При цьому, на відміну від великих компаній, кооперативи бджолярів забезпечують справедливий розподіл прибутку між своїми членами-пайовиками [4].

Необхідність створення та функціонування кооперативів у сфері бджільництва на нашу думку обумовлена їх значними перевагами (табл. 1).

Таблиця 1. Оцінка можливих переваг застосування кооперативних форм господарювання у бджільництві

Виробничо-технологічні	Маркетингові (комерційно-збутові)
Матеріально-технічне забезпечення учасників (придбання вуликів, бджолиних маток, ліків, бджолоінвентарю тощо за оптовими цінами)	Створення умов для забезпечення конкуренції з великими промисловими пасіками, витіснення фальсифікованого меду з ринку
Організація кочівлі бджіл, що підвищить якість меду та його ціну	Формування бренду колективного сільгоспвиробника, що дозволить продавати мед за вищими цінами
Здійснення переробки меду (виготовлення на його основі напоїв, кондитерських виробів, консервування ягід)	Можливість реалізації не тільки меду, а й продуктів бджільництва
Можливість користуватися послугами спеціалістів (зоотехніка, ветлікаря, юриста, маркетолога, бухгалтера)	Організація виходу на світові ринки, що вимагає забезпечення відповідності сировини та продукції законам та нормам країн-імпортерів
Можливе скорочення витрат часу та коштів на реалізацію меду, а також на охорону бджіл	Участь у процедурі тендерних торгів з метою здійснення постачання продукції в організації соціальної сфери

Джерело: власна розробка автора.

Як свідчить світовий досвід, що бджільницькі кооперативи функціонують у США, Аргентині, Англії, Угорщині, Греції, Новій Зеландії та інших країнах. Так, у США досить відомий кооператив «Су Хані», який спеціалізується на оптовій торгівлі медом і об'єднує близько 300 бджолярів. Кооператив здійснює 20% всіх операцій із медом країни. Більшість бджолярів Угорщини є членами національного кооперативу «Хунгаронектар» і здають йому за порівняно невисокими цінами на основі договорів про контрактацію весь свій мед, який після розфасовки у дрібну витончену скляну тару експортується до зарубіжних країн за найвищими цінами [5]. Прибуток, одержуваний при цьому «Хунгаронектаром», використовується для того, щоб:

- видавати своїм членам довгострокові пільгові кредити для організації та розширення пасік;
- компенсувати їм 50% витрат на оренду транспорту для перевезення бджіл до джерел медозбору та масивів запилюваних культур (другі 50% компенсує держава);
- реалізувати їм вулики та вошину за собівартістю, а кормовий цукор – з великою знижкою.

Оцінюючи розвиток бджільництва, на основі опитування пасічників Хмельницької області (опитано 120 осіб) 73% опитаних визнають, що не мають можливості розширення бізнесу через відсутність фінансових ресурсів. Реалізація продукції представляє актуальну та важливу проблему для малого та середнього бізнесу. Їм недоступна система дистрибуції, не мають навичок відповідного маркетингу, 34% респондентів бачать проблему у пошуках людських ресурсів.

За оцінками експертів, для України є характерним високий рівень тінізації галузі. Більшість не хоче працювати офіційно через небажання платити податки, а також через перспективу втратити субсидію, адже значна частина власників пасік – мешканці сільської місцевості, які тримають бджіл на власних ділянках. Великою проблемою є складність в оформленні документів на пасіку та отримання ветеринарних довідок на кожну бджолосім'ю.

Відособленим пасічникам, свідчить досвід інших країн, необхідно кооперуватися, аби спільно застосовувати інноваційні наукові

розробки, підвищувати продуктивність пасік та їхню рентабельність, переробляти мед і виробляти продукцію з доданою вартістю та постачати її операторам ринку за зовсім іншими цінами, ніж досі [6].

Потенціал сільськогосподарської кооперації в Україні не реалізується повною мірою, частка реалізації продукції кооперативами становить менше 0,1 % від валової продукції сільського господарства країни. З-поміж низки чинників, що стримують розвиток сільськогосподарської кооперації, можна виділити такі як: відсутність належного рівня кооперативної освіти, недостатність обсягу, інструментів державної фінансової підтримки на етапі становлення сільськогосподарських кооперативів і несприятливі умови оподаткування їх діяльності.

Чинний нині Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію» [7] від 15 листопада 2020 року має на меті усунути недоліки законодавчої бази й забезпечити відповідність її міжнародним стандартам і сучасним реаліям господарювання. Водночас ознайомлення з цим законодавчим актом дало змогу встановити, що пропонувані зміни мають обмежений характер.

Зокрема, цей Закон хоча і не за формою, але по суті значною мірою дублює раніше прийняті закони «Про кооперацію», «Про акціонерні товариства», «Про сільськогосподарську кооперацію» та «Про громадянські об'єднання». Зазначимо, що в новоприйнятому законі досить докладно й сутнісно розкрито механізми нарахування та розподілу корпоративних і пайових виплат, а також механізми управління кооперативом, розподілу прибутку тощо, формування відносин між вертикально інтегрованими структурами, які можуть також створювати такі кооперативи [8]. Отже, бізнес-підхід, безумовно, є позитивною характеристикою нового законодавчого акту. Однак даний підхід не відповідає класичному розумінню кооперативів, їхніх базових цілей та соціально-економічних завдань, що постають перед кооперативним рухом в Україні у сучасних умовах.

Необхідність внесення змін у закон про кооперацію зумовлювалася відсутністю позитивних тенденцій та динаміки у розвитку

ції форми господарювання. З метою активізації кооперативного руху малих сільськогосподарських підприємств і високотоварних особистих селянських господарств, як способу детінізації їх діяльності, у процесі підготовки написання аналізованого законодавчого акту були використанні основні міжнародні принципи кооперації та найсучасніші світові практики розвитку кооперативів, які, упродовж багатьох років були адаптовані до потреб національного сільського господарства провідними спеціалістами, в тому числі експертами ФАО та ЄБРР. У законі можна підкреслити багато важливих і позитивних моментів, а саме: відхід від застарілої системи імперативного поділу кооперативів на виробничі й обслуговуючі, вдосконалення їхньої організаційно-правової структури, надання їм більшої свободи у господарській та фінансовій діяльності.

Закон дає можливість використовувати повний спектр інструментів операційної, інвестиційної та фінансової діяльності та повноцінно управляти пов'язаними з цим грошовими потоками. Завдяки новим можливостям ведення господарської діяльності через кооперативи, останні можуть об'єднати виробників сільськогосподарської продукції у просуванні її на внутрішній і зовнішні ринки. Зазначимо, що Законом надається можливість для кооперативу, який діє з метою одержання прибутку, закуповувати продукцію своїх членів і реалізовувати її від власного імені, що до цих змін законодавчо було заборонено. Це дозволить формувати великі товарні партії та реалізовувати її за вищими конкурентними цінами. Крім того, уможливить створення на базі кооперативу власних переробних потужностей, що дасть змогу виробляти та продавати продукцію з вищою доданою вартістю [9].

Нова законодавча основа для кооперації відкриває подальші можливості, передусім для власників паїв, сімейних ферм, дрібних фермерів, об'єднуватися з метою ефективного ведення господарської діяльності та вирішення завдань, які під силу вирішити спільно. Відомо, що сьогодні в сільській місцевості наявний високий рівень безробіття через відсутність робочих місць.

На нашу думку, розвиток кооперативного руху в середовищі виробників продукції бджільництва забезпечить наступні позитиви:

по-перше – можливість реалізувати свою продукцію. Одна справа, коли бджоляр самостійно намагається продати мед від 15 вуликів, втрачаючи і час, і гроші, інша справа якщо кооператив об'єднавши 100-300-1000 бджолосімей, продає мед великими партіями, і бджоляр отримує свою частку відразу ж після реалізації. Об'єднавшись у кооператив з'явиться можливість спільними зусиллями купити верстат для фасування меду, і ціна меду в рази збільшиться. Після об'єднання в кооператив так само з'явиться можливість збирати і продавати інші продукти бджільництва. Крім того, спільно бджоларі можуть за домовленістю заготовляти пилок, прополіс та інші продукти бджільництва, формуючи товарні партії продукції для подальшої реалізації. Як варіант верстат з виробництва перги, який заморожує стільники та повітрям видує пергу. Останнім часом користується попитом трутневий розплід. Заготовляючи його бджоляр, по-перше, зменшує кількість зайвих ротів у бджолиній сім'ї, а по-друге, це буде джерело додаткового доходу;

по-друге – постачання членів кооперативу інструментом, інвентарем та іншими витратними матеріалами за нижчими цінами. Це можна віднести до закупівлі бджоломаток, бджолопакетів. Одна річ, коли бджоляр купує 2-3 матки (ціна висока, а якість може бажати кращого, і претензії особливо не виставиш). Інша річ, коли одразу закуповується 100-200 маток, для оптових покупців та знижки можна отримати і в строк маток поставлять і якість буде на висока. Теж відноситься і до ліків закуповувати великою партією дешевше і якість буде нормальною. Те саме стосується і вошини;

по-третє – можливість організувати кочівлю бджіл та їхню охорону з меншими витратами коштів. Кооператив може закупити платформу та транспорт для підвезення бджіл до місць медоносів і цим транспортом можуть скористатися всі члени кооперативу. Оскільки світова практика показує, що з кочівлі продуктивність пасік збільшується.

Необхідно відзначити, що 90% доходу від бджільництва йде від запилення. Багаторічною

практикою доведено, що перехресне запилення ентомофільних культур бджолами є найефективнішим засобом підвищення їхньої врожайності. За даними дослідників, вартість збільшення врожаю від запилення сільськогосподарських культур бджолами в зоні інтенсивного землеробства в 10-15 разів перевищує вартість виробленого меду і воску [10]. Взаємодія з органами влади у питаннях організації кочівлі бджіл та запилення сільськогосподарських культур можна підвищити ефективність роботи бджолопасик та знизити собівартість сільськогосподарських культур. Бджолярський кооператив є сільгоспвиробником, і тут можна, і потрібно розраховувати на підтримку держструктур.

по-четверте – організація ярмарків, як найбільш цивілізованих методів реалізації меду. Популяризація споживання меду населенням, пропаганда народних засобів лікування та профілактики захворювань на продукти бджільництва. Протидія спільними зусиллями імпорту з інших регіонів меду;

по-п'яте – можливість створення самоврядної організації, тобто. при необхідності член кооперативу може взяти кошти з каси профспілки на короткий термін без відсотків, на розвиток пасіки, тим більше в кооперативі, де всі знають один, ризик не повернення коштів мінімальний. В наш час, коли звернувшись до банку за короткостроковим кредитом, можна віддати банку більше коштів, ніж отримаєш вигоди, плюс оформлення документів, і т. д. Крім того, кредит у банку можуть і не дати;

по-шосте – кожен член кооперативу відчуває, що він не один, у разі потреби йому можуть допомогти порадою, засобами тощо. бо якщо справи йдуть добре у всіх, то справи йдуть добре у кожного. Можна більше уваги приділяти навчанню, організації екскурсій, семінарів.

Бджільницькі кооперативи можуть стати основою для організації підприємств із переробки продуктів бджільництва, бджолярі від цього кроку лише виграють. Все це може і має підтримати бджолярів в умовах відкритих кордонів та підвищити добробут сімей бджолярів.

Висновки та перспективи подальших досліджень

При створенні кооперативних формувань дуже важливою є можливість застосування методів непрямого державне регулювання їхньої виробничо-комерційної діяльності. Загальновідомо, що з створенні бджільницьких кооперативів потрібно значні початкові вкладення коштів придбання устаткування й автотранспорту. Вважаємо, що доцільно надавати кредити терміном від одного до трьох років кооперативам, що займаються виробництвом та реалізації продукції бджільництва для придбання обладнання та техніки з субсидуванням 1/2 процентної ставки, повернення якої здійснюється після закінчення трьох років після закінчення терміну кредиту.

Нині у різних підгалузях сільського господарства робляться спроби створення агрокластерів (у бджільництві – апікластерів). Ця модель, заснована на принципах виробничої кооперації, поєднує у собі виробничі, інформаційні, освітні, торгові, маркетингові функції та сприяє підвищенню конкурентоспроможності та рентабельності виробництва. Вони органічно поєднуються галузеві і територіальні аспекти економічного розвитку, що особливо важливо для України.

У свою чергу, апікластери сприяють збільшенню в сільській місцевості кількості племінних і високотоварних бджолосімей, розширенню асортименту продукції, створенню великих пасік для надання послуг з запилення сільгоспкультур тощо.

Об'єднання в кооперативи дозволять українським бджолярам ефективніше лобювати свої інтереси перед експортерами, державою та зарубіжними партнерами. Регіональні кластери бджолярів сприятимуть налагодженню цивілізованих каналів збуту продукції, співпраці українських виробників меду з торговельними мережами.

Для успішної роботи на світових ринках необхідно грати за глобальними правилами, відповідати міжнародним стандартам якості. Наша спільна мета полягає в тому, щоб у короткостроковій перспективі ми стали експортувати український мед не як сировинну продукцію, а готовий та якісний продукт під брендом «made in Ukraine».

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Пузанова Т. М. Український ринок меду: стан та перспективи. *Прикладна статистика: проблеми теорії та практики*. 2013. Вип. 13. С. 94-101.
2. Луців Н., Жолінська Г., Сенік Л. Ринок меду натурального. *Товари і ринки*. 2020. № 4. С. 43-56.
3. Овдієнко А. М., Овдієнко К. Т., Корбич Н. М. Бджільництво України: виробництво та експорт. *Таврійський науковий вісник. Сільськогосподарські науки*. 2020. Вип. 116(2). С. 123-129.
4. Данкевич В., Данкевич Є., Пивовар П. Формування кон'юнктури світового ринку меду: сучасний стан і перспективи для українських експортерів. *Agricultural and resource economics*. 2018. Vol. 4, № 2. С. 37-54.
5. Чміль А. С. Динаміка виробництва та експорту меду в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 28(2). С. 131-134.
6. Дудар Т. Розвиток бджільництва в Україні. Досягнуті успіхи, необхідність маркетингової кооперації в галузі, стратегія медового бізнесу. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2020. № 2. С. 36-49.
7. Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/819-20#Text>.
8. Коваль О. А. Багатофункціональний сільськогосподарський обслуговуючий кооператив як можливість підвищення власного фінансового забезпечення підприємства. *Бізнес Інформ*. 2019. № 3. С. 149-154.
9. Даниленко А. С. Сільськогосподарська кооперація: зарубіжний досвід та перспективи впровадження у вітчизняну практику: монографія. Біла Церква: Білоцерк. нац. аграр. ун-т, 2011. 259 с.
10. Вінченко С. А. Умови функціонування і розвитку підприємств на ринку продукції бджільництва. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. Т. 2. № 5. С. 95-102.
11. Торік найбільше меду виробили на Хмельниччині. URL: <https://agrotimes.ua/tvarinnitstvo/torik-najbilshe-medu-vyroblyly-na-hmelnichchyni>.

REFERENCES

1. Puzanova, T. M. (2013). Ukrainian honey market: state and prospects. *Applied statistics: problems of theory and practice*, 13, 94-101. [in Ukrainian].
2. Lutsiv, N., Zholynska, G., and Senyk, L. (2020). Natural honey market. *Goods and markets*, 4, 43-56. [in Ukrainian].
3. Ovdienko, A. M., Ovdienko, K. T., and Korbych, N. M. (2020). Beekeeping of Ukraine: production and export. *Taurian Scientific Herald. Agricultural sciences*, 116(2), 123-129. [in Ukrainian].
4. Dankevich, V., Dankevich, E., and Pyvovar, P. (2018). Formation of the global honey market: current state and prospects for Ukrainian exporters. *Agricultural and resource economics*, 4(2), 37-54. [in Ukrainian].
5. Chmyl, A. S. (2019). Dynamics of production and export of honey in Ukraine. *Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: International economic relations and the world economy*, 28(2), 131-134. [in Ukrainian].
6. Dudar, T. (2020). Development of beekeeping in Ukraine. Achieved successes, the need for marketing cooperation in the industry, honey business strategy. *Bulletin of the Ternopil National Economic University*, 2, 36-49. [in Ukrainian].
7. Law of Ukraine "On Agricultural Cooperation". <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/819-20#Text>. [in Ukrainian].
8. Koval, O. A. (2019). Multifunctional agricultural service cooperative as an opportunity to increase the company's own financial support. *Business Inform*, 3, 149-154. [in Ukrainian].
9. Danylenko, A. S. (2011). Agricultural cooperation: foreign experience and prospects of introduction into domestic practice: monograph. Bila Tserkva: Bila Tserk. national agrarian univ. [in Ukrainian].
10. Vinichenko, S. A. (2021). Conditions of operation and development of enterprises on the market of beekeeping products. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, 2(5), 95-102. [in Ukrainian].
11. Last year, the most honey was produced in Khmelnytskyi region. <https://agrotimes.ua/tvarinnitstvo/torik-najbilshe-medu-vyroblyly-na-hmelnichchyni>. [in Ukrainian].

Ivan Svytnous, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Accounting and Taxation, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine

Nadia Svytnous, Doctor of Philosophy in the field of Management, Ukraine

DEVELOPMENT OF COOPERATION AS THE BASIS OF FORMING A PRODUCT OFFER ON THE HONEY MARKET IN UKRAINE

Abstract

Introduction. Beekeeping in Ukraine is one of the industries that allows the rural population to open small and medium-sized businesses in rural areas. Honey production in Ukraine is mainly concentrated in households - more than 98% and only up to 2% is produced by economic entities in the field of agrarian business. According to experts, about 400,000 beekeepers are involved in the production of honey in Ukraine.

The purpose of the article is to propose practical recommendations for strengthening the role of cooperation in the formation of the product offer on the honey market, based on the generalization of research by scientists and the experience of leading countries in the production of beekeeping products.

Method (methodology). The theoretical and methodological basis of the research is the dialectical method of cognition and the main provisions of the theory of cooperation, scientific works of domestic and foreign scientists. Of the special research methods used in the article: abstract-logical (identification of relationships between theoretical generalization and the formation of conclusions), monographic (study of the current state of honey market development), tabular and information display methods.

The results. It has been proven that joining cooperatives will allow Ukrainian beekeepers to more effectively lobby their interests in front of exporters, the state and foreign partners. Regional clusters of beekeepers will contribute to the establishment of civilized product sales channels, cooperation of Ukrainian honey producers with trade networks.

Keywords: cooperation; honey market; apiculture; offer; export.

Cite as: Svytnous, I., and Svytnous, N. (2023). Development of cooperation as the basis of forming a product offer on the honey market in Ukraine. *Economic analysis*, 33 (2), 265-272. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.02.265>