

- підвищення кваліфікації збільшує граничний продукт праці;
- навчання може спричинити зростання доходів від фізичного капіталу внаслідок ефективнішого його використання;
- зменшується плинність кадрів унаслідок накопичення специфічного людського капіталу;
- унаслідок обміну кваліфікацією зростає база людського капіталу.[1]



Рис.3. Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності у 2008 р., грн.

**Висновки.** На даному етапі інвестування в людський капітал на є недостатнім. На це впливає низка чинників, зокрема це мала зайнятість, недостатня зарплата та висока процентна ставка. Людський капітал – це визначальний капітал, який викликає до життя всі інші капітали, формує їх, забезпечує їх ефективне функціонування та соціально-економічну результативність. Людський капітал – це джерело економічного зростання, не менш важливе, ніж капіталовкладення в матеріально-речові фактори виробництва та землю. Якщо українське не зуміє усвідомлено та цілеспрямовано вкладати інвестиції в розвиток людини, воно, безперечно буде відставати в економічному розвитку від інших.

#### Література

1. Бородіна О.М. Людський капітал як основний стратегічний ресурс с розвитку аграрної сфери//Економіка АПК. – 2003 - №7- С.103 – 107.
2. Ушенко Н.В. Особливості інвестування в розвиток людського капіталу//Формування ринкових відносин в Україні. – 2008 - №7 – С.65-70.
3. Харламова Г.О. Вплив іноземного інвестування на розвиток людського капіталу//Актуальні проблеми економіки, 2008 - №2 - С.172-182.

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО МЕДУ

Козак Ю.О.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Мазур К.В.

*У статті я досліджую проблеми виробництва продукції бджільництва в Україні і його розвиток, а також прогноз збільшення виробництва меду в наступні роки.*

**Постановка проблеми.** Важливим економічним показником галузі є виробництво додаткових продуктів бджільництва - прополісу, квіткового пилку, маточного молочка, трутневого гомогенату, бджолоїної отрути, які є основою виготовлення низки цінних лікувальних препаратів та продуктів харчування. На жаль, виробництво цих продуктів щорічно зменшується через відсутність їх збуту. Збільшення медової продукції потребує і відповідного експорту його. В Україні ринок організованого збуту продукції бджільництва не діє. В силу цих обставин пасічники мало зацікавлені у збільшенні обсягів. Потенційні можливості цих напрямів

виробництва нині реалізуються на 10-15%. Значного поліпшення потребує стан підготовки фахівців з бджільництва різного рівня кваліфікації. Для підготовки бджолярів необхідно збільшити прийом на навчання в однорічних школах бджільництва, зміцнивши їхню матеріальну і лабораторну базу.[1]

В Україні, можна сказати, майже зовсім відсутній експорт медової продукції, хоча попит світового ринку на мед поки що не задоволений і зростає. Забезпечити його власним виробництвом більшість країн не може через обмеження потенціалу медозбору. Ринкова ніша в продукції бджільництва поки що не заповнена. Різке зменшення обсягу медозбору в агроформуваннях пояснюється в основному скороченням чисельності бджолосімей через несприятливі умови їх утримання. Однак через малочисельність цих господарств у розвитку галузі ці зрушення мало позначилися на формуванні загальної тенденції. Водночас простежуються чіткі тенденції щодо поступового зростання долі господарств населення та відповідного зменшення питомої ваги агроформувань у загальнодержавному виробництві меду.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Для координації досліджень, реклами препаратів створена Асоціація апітерапевтів. Проведено 2 з'їзди: засновницький - в Інституті бджільництва ім. П. І. Прокоповича, II з'їзд - у Харкові, в Національному фармацевтичному університеті. Однак апітерапія ще має великі проблеми: по-перше, якщо ми говоримо про здоров'я нації, то тут потрібно, щоб Міністерство охорони здоров'я, Міністерство освіти і науки розробили спільну державну програму; по-друге - програма повинна передбачати забезпечення дітей у садках та у 1-2 класах шкіл не тільки медовою продукцією, але і лікувально-профілактичними препаратами, і при цьому - безкоштовно. Затрати на це повинна взяти на себе держава або ж спроможний інвестор. Для забезпечення дітей такими препаратами необхідно з переробниками налагодити їх масове виробництво. Звичайно, бажано, щоб це були разові дози.[1]

**Мета статті.** Визначення особливостей і формування ринку меду в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Медопродуктивність галузі формується під впливом кормової бази, кліматичних факторів та умов утримання бджіл в осінньо-зимово-весняний період. Тому рівень річного товарного медозбору має істотні коливання: у 2001—2008 рр. цей показник перевищував рівень 2000 р., однак темпи його приросту були найбільшими у 2005, 2006 і 2008 рр. В інші роки цього періоду менші темпи приросту медозбору спричинені холодною погодою, захворюваннями на вароатоз тощо. Формування обсягів виробництва меду значною мірою відбувалося також під впливом чисельності сімей. Для 2005—2008 рр. характерним є збільшення загальної їх кількості, чому сприяли помірний клімат взимку та умови для відтворення. Отже, загальна кількість сімей 2008 р. збільшилася до 3600,0 тис. переважно за рахунок господарств населення, що перевищує рівень 2000 р. на 26,3%. При цьому в агроформуваннях простежується зменшення даного показника на 48,2%, тоді як у господарствах населення його приріст становить 36,2%. Щодо загального продажу меду агроформуваннями простежується чітка тенденція поступового скорочення його обсягів у 2000—2008 роках. За цей період реалізація меду сільгоспідприємствами зменшилася у 2,7 раза.[3]

Таблиця 1

Основні показники розвитку галузі (прогноз до 2011 р).

Показники	Роки					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Кількість бджолиних сімей,млн.	3.5	4.0	4.5	5.0	5.5	6.0
Виробництво меду,тис.т.	55	60	65	80	95	120

Високими темпами відбулося скорочення продажу меду на ринку, через власні магазини, ларки і палатки (у 2,2 раза), а збут продукції населенню зменшився у 7,3 раза. В той же час відбувається деяке скорочення обсягів реалізації меду пайовикам в рахунок орендної плати за землю і майнові паї та збільшення його продажу (у 2,9 раза) за іншими каналами збуту. Будучи у 2000—2008 рр. одним з найбільших виробників меду у світі і продукуючи щороку від 52,4 до 79,8 тис. т продукції, Україна ще не використала повністю свій експортний потенціал. І нині і в найближчій перспективі сильними її конкурентами у світовій торгівлі медом будуть такі відомі країни-експортери як Аргентина, Індія, Китай. Високими темпами розвиватимуть бджільництво і нарощуватимуть експорт меду Великобританія, Австралія та Південна Корея. За усталеним порядком бджолярі цих країн одержують дохід не лише від меду-воску, але переважно від запилення агрокультур. У згаданих зарубіжних країнах створено лабораторії, які сертифікують мед, сприяючи його просуванню на світовий ринок. Набутий досвід таких країн варто впровадити і в Україні. Найбільші обсяги українського меду і надалі імпортуватимуть такі традиційні партнери як Німеччина, Польща, Сполучені Штати Америки, Чеська Республіка. Значним буде попит на український мед також у Туреччині, Франції, Нідерландах, Словаччині, Люксембурзі, окремих країнах СНД та ін. Реалізуючи вітчизняну програму "Солодке відродження" та регулярно беручи участь у світових конгресах бджолярів, Україна буде тісніше інтегруватися у світову спільноту, займаючи тут лідируючі позиції і стаючи сильним суб'єктом зовнішньої торгівлі різними продуктами бджільництва. Для подальшого поліпшення зовнішньоторговельного балансу галузі доцільно впровадити новітні методи сертифікації продукції, системно удосконалювати її рекламу, затарювання і транспортування. Потенціал галузі слід посилювати через технічне її переоснащення, новітнє ветеринарне забезпечення, створення нормального економічного середовища та законодавчого поля.

У плані реформування бджоло-господарств варто розвивати створення об'єднаних структур бджолярів, налагоджувати взаємовигідну співпрацю з бізнес структурами, робити галузь привабливою для інвесторів. Рівень цін на мед, що складаються в агроформуваннях за всіма каналами реалізації, залежить від обсягу пропозиції, структури збуту, платоспроможності споживачів, сезону продажу.[2]

**Висновки.** Ринок меду у 2000—2008 рр. характеризується поступовим нарощуванням обсягів загальної пропозиції. Загальний попит на мед, незважаючи на річні коливання, має тенденцію до зростання. Його основу становить внутрішній попит, у якому домінують обсяги внутрішньогалузевого та продовольчого споживання. Доля експорту в ньому підвищилася від 0,3% в 2000 р. до 2,7% у 2008 р., досягнувши максимуму в 2006 р. (8,9%). Основна маса меду надходить на ринок від господарств населення; їх частка в загальному обсязі пропозиції знаходиться в межах 93,2—98,1%. Внутрішній попит на мед, коливаючись по роках, поступово зростає; його питома вага в загальному попиті перебуває в межах 91,1—99,7%. Цей показник певною мірою залежить від обсягів експорту та кількості перехідних запасів продукту. Підвищення доходів споживачів, розвиток інфляційних процесів, подорожчання ресурсів і послуг зумовлюють помітне зростання цін на мед. Ця тенденція збережеться і в найближчі роки, проявляючись у річному прирості цін до 10%. Однак в окремі періоди порівнюваних років цілком можливе деяке зниження роздрібних цін (наприклад, у червні-грудні 2006 р. відносно цих же місяців 2005 р). Структура збуту меду агроформуваннями в останні роки помітно змінилася, характеризуючись зменшенням питомої ваги обсягів продажу населенню, певною стабілізацією долі продажу його на ринку та збільшенням питомої ваги реалізованих обсягів пайовикам та за іншими каналами. Основні обсяги роздрібної торгівлі медом у торговельній мережі та на міських ринках формуються переважно під впливом надходжень продукції від господарств населення. Для підготовки бджолярів необхідно збільшити прийом на навчання в однорічних школах бджільництва, зміцнивши їхню матеріальну і лабораторну базу. Також необхідно відновити підготовку бджолярів-механізаторів в училищах аграрного профілю в системі професійної освіти.[3]

#### Література

1. Каложний Е.М. Про лікувальні властивості пилку та бджолиного обніжжя// Український пасічник – 2008-№7.-С.27-28
2. Нестеренко Н.О. Мед – лікар від природи//Український пасічник – 2008-№12.-С.39-40
3. Шатко О.В. Особливості формування ринку українського меду//Пропозиція – 2008-№8.-С.2-5

## ДОХОДНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Зазанська С.В.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Чорнопищук Т.І.

*Розкрито значення і важливість питання формування доходів сільськогосподарських підприємств в сучасних кризових умовах ринку. А також висвітлено основні проблеми, пов'язані із забезпеченням доходності аграрних підприємств*

**Постановка проблеми.** Сільськогосподарська продукція є основою як ресурсного забезпечення переробних галузей АПК, промисловості, так і продовольчого забезпечення населення. Розвиток сільськогосподарських підприємств, забезпечуючи зростання обсягів виробництва продукції, повинен супроводжуватися підвищенням їх доходності (прибутковості) як необхідної умови відшкодування матеріальних і фінансових витрат та забезпечення необхідних нагромаджень для подальшого прискореного розвитку і вдосконалення виробництва. Адже лише за умови, коли сільський господар впевнений у відшкодуванні здійснених витрат, отриманні достатніх для відтворення активів доходів, він прагне виробляти товар. Тому наукове опрацювання питання формування та напрямів використання доходів у аграрному підприємстві в сучасних умовах є надзвичайно актуальним для більшості господарств як Вінницької області, так і України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження проблем забезпечення доходності аграрних підприємств відображаються у працях В.Амбросова, В.П. Горьового, М.Я. Дем'яненка, І.Г. Кириленка, О. Могильного, П.Т. Саблука, В.В.Юрчишина та інших. Проте, аналіз економічної літератури та діяльності підприємств свідчить, що проблема ще не знайшла достатнього теоретичного обґрунтування та практичного вирішення.

**Виклад основного матеріалу.** Незважаючи на те, що з 1999 року, в Україні постійно нарощуються обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, процес відтворення в сільському господарстві України має виражений звужений характер. У новоствореній вартості в економіці країни постійно зменшується частка сільського господарства: в 2001 р. вона дорівнювала 16,3%, 2002 - 14,6, 2003 - 12,1, 2004 - 12,0, 2005 - 10,4, а в 2006 р. - всього 8,7% [1, с.69]. Основну масу доходу сільськогосподарські підприємства отримують від реалізації зерна, соняшнику, сої та ріпаку (рис. 1) [2, с.104].

Протягом 2008 р. спостерігаються певні позитивні тенденції. За цей рік зросли обсяги виробництва валової продукції сільського господарства в порівнянні з 2007 роком, приріст яких становив 17,5 відсотка. Валова продукція галузі рослинництва зросла на 30,5%, тваринництва - на 1 відсоток [3, с.3].