УДК 339.544 : 338.5

Марченко В. М.
marchenko.valentyna1@lll.kpi.ua, ORCID: 0000-0002-4756-3703
Researcher ID: AEO-3670-2022
д.е.н., проф., професор кафедри економіки та підприємництва,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ЛІДЕРІВ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ МЕДОМ ВІД УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ДО ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ЗА ЯКІСТЮ

Анотація. *Метою статті є еволюційне дослідження механізмів трансформації конкурентної політики Китаю, Аргентини та Індії на зовнішніх ринках меду. Аналітично доведено факт реалізації політики низької ціни основними постачальниками меду на конкурентних зовнішніх ринках. Узагальнено основні недоліки реалізації політики низької ціни, які полягають у прагненні зниження витрат шляхом фальсифікації меду, реалізації схем «відмивання меду» через посередництво транзитних хабів, купівлю підприємств з перероблення меду в третіх країнах. Узагальнено можливі економічні, структурні, соціальні, ринкові наслідки імпорту фальсифікованого меду. Доведено, що фальсифікація дозволяє знизити ціну пропозиції меду за рахунок як нижчих цін на модифіковані цукрові сиропи, так і за рахунок ефекту масштабу. Реалізація конкурентної політики цінового лідерства наражається на все вищі бар'єри на ринках США та ЄС через антидемпінгові процедури в США та через посилення вимог до якості, безпечності, простежуваності, маркування в ЄС. Ідентифіковані об'єктивні причини реалізації конкурентної політики низької ціни, якими є низька вартість робочої сили, технологічного обладнання, технології виробництва меду. Досліджено роль держави та муніципалітетів у підтримці розвитку бджільництва, як способу підвищення врожайності сільськогосподарських культур у результаті участі бджіл у процесі їх запилення та зростання рівня зайнятості і рівня доходів сільського населення. Досліджено еволюцію національних стандартів якості меду в Китаї, Аргентині та Індії та зроблено висновок про те, що останні їх зміни спрямовані на активізацію зовнішньої торгівлі медом через диференціацію його якості (Китай, Аргентина) та через підтвердження автентичності (Індія). Окрім того, спостерігається посилення національного контролю зазначених країн за якістю та безпечністю експортованого меду, що обумовлює зміну конкурентної політики постачальників меду в напрямку підтвердженої якості. Все це може вплинути на перерозподіл часток у структурі міжнародної торгівлі медом.*

Ключові слова: зовнішня торгівля, конкурентна політика, витрати, мед, ціна, якість.

© Марченко В. М., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

Marchenko Valentyna
marchenko.valentyna1@lll.kpi.ua, ORCID: 0000-0002-4756-3703
Researcher ID: AEO-3670-2022
Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship,
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Kyiv

THE TRANSFORMATION OF COMPETITIVE POLICY AMONG LEADERS IN THE HONEY EXPORT MARKET: FROM COST MANAGEMENT TO QUALITY DIFFERENTIATION

Abstract. *The purpose of this article is to conduct an evolutionary study of the mechanisms underlying the transformation of China's, Argentina's, and India's competitive policies in international honey markets. The analysis demonstrates that major honey suppliers are implementing a low-price policy in competitive international markets. The main drawbacks of implementing a low-price policy are summarized; these include efforts to reduce costs by adulterating honey, engaging in "honey laundering" schemes through transit hubs, and acquiring honey processing enterprises in third countries. The potential economic, structural, social, and market consequences of importing adulterated honey are summarized. It is demonstrated that adulteration allows for a reduction in the supply price of honey due to both lower prices for modified sugar syrups and economies of scale. The implementation of a competitive price-leadership strategy faces increasingly high barriers in the U.S. and EU markets due to anti-dumping procedures in the U.S. and stricter requirements for quality, safety, traceability, and labeling in the EU. Objective reasons for the implementation of a low-price competitive strategy have been identified, namely the low cost of labor, technological equipment, and honey production technology. The study examines the role of the state and municipalities in supporting the development of beekeeping as a means of increasing crop yields through the bees' role in pollination, as well as boosting employment and income levels among the rural population. This study examined the evolution of national honey quality standards in China, Argentina, and India and concluded that recent changes to these standards are aimed at boosting foreign trade in honey through quality differentiation (China, Argentina) and through verification of authenticity (India). In addition, there has been a strengthening of national controls in these countries over the quality and safety of exported honey, which is driving a shift in the competitive strategies of honey suppliers toward verifiable quality. All of this may influence the redistribution of market shares in the structure of international honey trade.*

Keywords: foreign trade, competition policy, costs, honey, price, quality.

JEL Classification: D04, F20
DOI: https://doi.org/10.32782/2522-1256-2026-50-16

Постановка проблеми. Експортери реалізують різні конкурентні політики на зовнішніх ринках. Найбільші експортери вдаються до політики цінового лідерства, яка забезпечується виключно шляхом управління витратами на виробництво та реалізацію продукту. В сучасних умовах виробники продукції володіють цифровими технологіями контролю за операціями виробництва та забезпечують її простежуваність, що може вплинути на зменшення витрат експортера. На фоні існуючих внутрішніх можливостей для зменшення витрат, експортери наражаються на зовнішні ризики зростання витрат, обумовлені необхідністю виконання лабораторних досліджень партій продукції для підтвердження її відповідності міжнародним або національним стандартам імпортера. Зміни імпортної політики, особливо в частині антидемпінгових мит, збільшують витрати на експорт, зменшуючи його ефективність. Левова частка витрат у структурі експортної ціни припадає

на логістику. Ближнє географічне розташування виробника до потенційного споживача є однією із пріоритетних конкурентних переваг.

Окрім того, на витрати експортера впливають і операційні витрати як виробників, так і фасувальників та посередників в ланцюгу постачання продукту, зокрема ціна закупівлі матеріальних ресурсів, вартість робочої сили, вартість технологічного обладнання тощо. Чим нижчий рівень таких витрат у порівнянні з аналогічними витратами світових виробників, тим вищий рівень цінової конкурентної переваги продукту конкретної країни.

Ефективність витрат у процесі експорту продукту на зовнішні ринки забезпечується масштабністю обсягів його постачання. Чим більшими є обсяги постачання, тим більшим ефектом масштабу володіє експортер, а відповідно і вищий економічний інтерес в реалізації зовнішньоторговельної угоди як у експортера, так і у імпортера. Ефект масштабу формується завдяки зменшенню всіх постійних витрат на одиницю продукції при збільшенні обсягів його експорту.

Масштабування виробництва та подальшого експорту продукції є основним напрямком забезпечення ефективності діяльності суб'єктів на зовнішньому ринку. Історія становлення світового лідерства в торгівлі підтверджує різні способи активізації зростання обсягів виробництва та експорту, від урядових ініціатив підтримки виробництва до фальсифікації продукту. Світові практики реалізації конкурентної політики цінового лідерства на зовнішніх ринках дозволяють виявити залежність між зростаючим попитом на функціональні продукти та збільшенням пропозиції їх фальсифікату, що супроводжується сукупністю ризиків зниження обсягів їх національного виробництва в країні імпорту, ризиками структурних змін економіки, зниженням репутаційних ризиків виробників та країни експортера, ризиками конфлікту національного бізнесу та влади тощо.

Узагальнення досвіду становлення експортного сектору економіки в країнах, які реалізують політику цінового лідерах в зовнішній торгівлі, дозволяє виявити напрями активізації масштабування виробництва продукту в умовах обмежених природніх можливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри широкий науковий інтерес до проблематики забезпечення конкурентоспроможності підприємств, більшість із них досліджують загальні питання конкурентоспроможності, конкурентної політики та витрат діяльності підприємств, без глибокого дослідження інструментів реалізації обраної підприємством конкурентної політики.

Питання витрат є об'єктом досліджень Мірзоєва Т., Томашевської О. [1], які наголосили на впливі обсягів виробництва на витрати та на необхідності дотримання принципу випереджання темпів зростання обсягів виробництва над темпами зростання витрат. Топішко Н. П., Вознюк Р. В., Галецький С. М., Галецька Т. І. у публікації [2] акцентує увагу на ролі логістичних витрат у сукупності витрат міжнародної компанії. Автори дають характеристику методів управління логістичними витратами, наголошуть на необхідності ефективного управління ними в умовах мінливості зовнішнього середовища. Руденко І. В., Мельничук М. О., Кунічева Т. П. [3] досліджували управління витратами через їх вплив на ціноутворення. Автори, оцінили структуру витрат, нерелевантість окремих із досліджених груп і їх «байдужість» до управлінських рішень підприємства. З огляду на отримані результати автори висловлюють пропозицію про доцільність встановлення діапазону цін для різних категорій споживачів для різних типів ринку. Кубарева І. В., досліджуючи теоретичні та методичні підходи до управління витратами, як цілісною системою, запропонувала концептуальну модель адаптивного управління ними з урахуванням сучасних процесів цифровізації [4].

Аналіз останніх публікацій в наукових інформаційних базах виявив значний інтерес до питань управління витратами, як чинника ефективності реалізації конкурентної політики підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках. Питання глибинних досліджень взаємозв'язку між інструментами управління витратами та цілями реалізації конкурентної політики на зовнішніх ринках є малодослідженими та такими, які потребують теоретичних узагальнень, методичних підходів та систематизації еволюційного досвіду.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз механізмів, які спонукали до трансформації конкурентної політики лідерів зовнішньої торгівлі медом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виробництво меду бджолиного

є результатом використання природного середовища та впливу кліматичних умов. Наявність достатніх площ медоносних угідь та сприятливі кліматичні умови в періоди медозбору забезпечують можливості для утримання лідерських позиції окремих країн на світовому ринку меду. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО), світове виробництво меду в 2024 році склало 1 842 263 тонн. За 2020-2024 роки обсяги виробництва меду коливалися в межах від 1 902 875 т (2022 рік) до 1 836 253 т (2021 рік). Основними виробниками меду в світу були Китай (24,1% світового виробництва), Індія (7,9%), Туреччина (5,2%), Ефіопія (4,7%), Іран (4,4%), Аргентина (3,8%). Частка України становила 2,9 %. Основними експортерами були Китай (20,57%), Індія (10,50%), Аргентина (10,37%), Україна (10,41%) (рис. 1).

Порівняння натуральних показників обсягів виробництва та експорту дозволяє зробити висновок про переважаючу експортну орієнтованість медового виробництва в Індії (70% експорту від обсягів виробництва), Аргентині (80%), Україні (80%).

Причинами таких пропорцій є наявність природно-кліматичних умов, низький рівень споживання меду на внутрішньому ринку, зростання попиту на продукти здорового харчування на зовнішньому ринку, значна розбіжність між ціною внутрішнього та зовнішнього ринків (рис. 2).

За даними рисунку 2 очевидним є факт реалізації політики цінового лідерства основними постачальниками меду на конкурентних зовнішніх ринках.

Узгодженість стандартів безпеки та якості меду на міжнародному та національному рівнях активізує ринок та спонукає експортерів до пошуку способів його масштабування. В кожній із країн світу є свій досвід масштабування обсягів виробництва меду, який реалізується за підтримки держави або на рівні суб'єкта економічної діяльності.

Вимоги до якості меду в Китаї регулюють: «Національний стандарт безпеки харчових продуктів – мед» GB 14963-20112011 та галузевий стандарт GH/T 18796-2012 «Мед», а також стандарти медової продукції міжнародних організацій, таких CODEX STAN 12-1981 CAC «Мед», Директива Європейського Союзу 2001/110/EC, Канадське регулювання харчових продуктів і ліків B.18.025 «Мед», Кодекс харчових стандартів ANZ 2.8.2 «Мед» та Південнокорейський харчовий кодекс 29-7 «Мед».

Китай є головним виробником і експортером меду бджолиного. Конкурентні переваги китайського меду на світовому ринку обумовлені чинниками різної природи походження, які поєднують природно-кліматичні умови, технології інтенсивного медозбору, державну підтримку та фінансування бджільництва у сільських регіонах, промислове виробни-

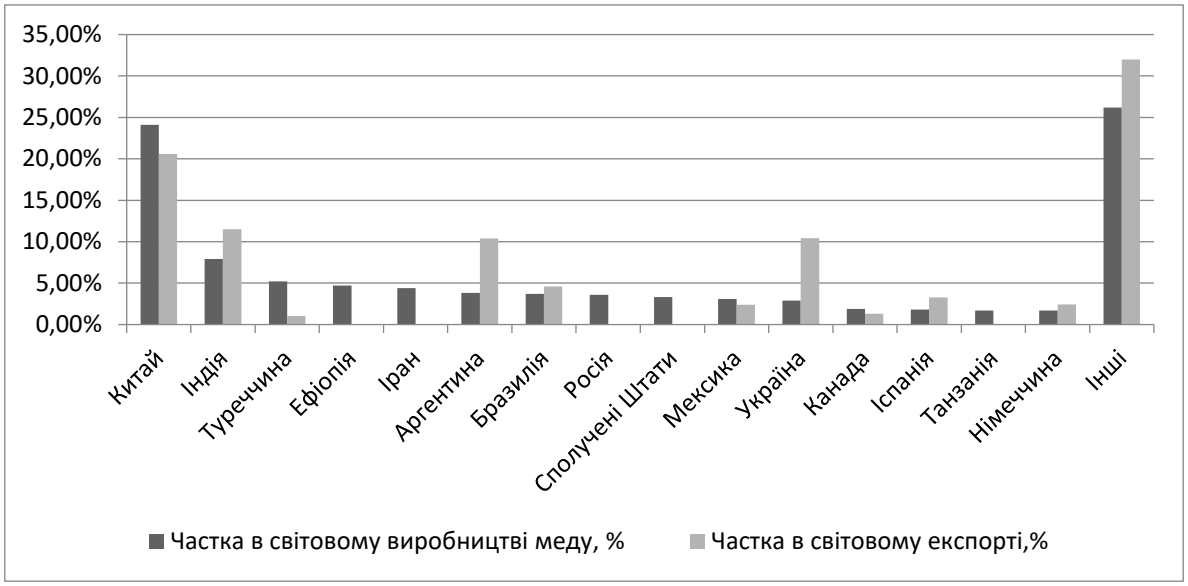


Рис. 1. Частка країн у світовому виробництві та експорті меду бджолиного, % від загального обсягу в метричних тоннах

Джерело: складено за даними [5]

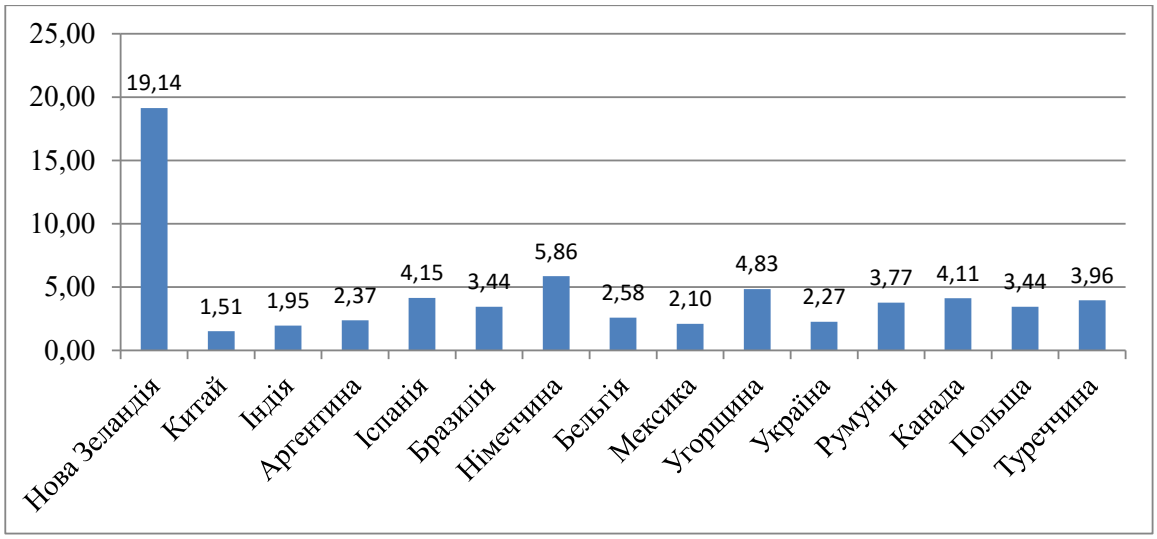


Рис. 2. Ціна 1 т експортованого меду в 2025 році, дол. США

Джерело: розраховано за даними [5]

цтво меду. Сукупність означених чинників, низька вартість трудових ресурсів та ефект масштабу виробництва призвели до низької вартості операційних витрат та можливості формування низької вартості його експорту.

Підтримка зростання обсягів виробництва меду в Китаї спрямована на підвищення якості бджільництва та зростання його продуктивності. Централізоване фінансування та субсидування спрямовувалося на цифровізацію та модернізацію пасів, що дозволяє зменшити витрати та підвищити обсяги виробництва меду.

Однак, попри активне впровадження промислового виробництва меду та сукупність дій, спрямованих на підвищення продуктивності пасік, Китай закріпив за собою статус країни виробника фальсифікату меду, який виробляється промисловим способом із додаванням модифікованих видів сиропів.

Так, попри узгодженість китайських стандартів з міжнародними, регіональними та національними вимогами основних імпортерів китайського меду, китайські стандарти допускають промислову обробку меду, в результаті якої повністю або частково можливо видалення пилку, що ускладнює визначення країни походження меду та відкриває можливості для змішування такого меду з медом іншої країни його походження.

Китайське законодавство не вимагає дотримання процедури природного зневоднення нектару, яка замінюється промисловою обробкою для сушіння меду, що впливає на якість кінцевого продукту. Окрім того, китайські переробники меду додають рисові або кукурудзяні цукрові сиропи, що забороняється європейською Директивою про мед № 2001/110/ЄС. Однак, попри внутрішню невідповідність процесів перероблення меду в Китаї та ЄС, китайський мед становить левову частку меду на європейському ринку.

Отже, невідповідність процесів перероблення меду в Китаї та ЄС, яка відображається на вихідних характеристиках продукту спонукала китайських товаровиробників до пошуку шляхів проникнення на ринок ЄС з використанням можливостей третіх країн.

Починаючи з 2012 року Китай перейшов до реалізації інвестиційної стратегії шляхом придбання або будівництва підприємств з перероблення меду за кордоном. Так, в 2012 році китайська компанія «Хані Кінг» відкрила в Танзанії свій завод з перероблення 10 тис. меду в рік. У 2022 році швейцарська Nestlé продала новозеландський бізнес Egmont Honey пекінському фонду прямих інвестицій Huatai International Private Equity Fund. Egmont Honey традиційно був експортером продукцію «до роздрібних торговців по всьому світу, включаючи Costco та Walmart у США, Holland & Barrett та Ocado у Великій Британії, Aldi в Європі, Coles в Австралії, Hyundai у Південній Кореї, Life Pharmacy в ОАЕ та Woolworths у Новій Зеландії, серед інших» [6].

Географічне проникнення китайських виробників меду на високобар'єрний ринок Європи датується 2012 роком, коли китайська Qingdao Europe Safe General Merchandises Co.

Ltd в Німеччині створює дочірню компанію Dewin GmbH з імпорту, фасування та продажу китайського меду на німецькому ринку [7].

Реалізація інвестиційної проникненості на зовнішні ринки дозволила китайським постачальникам меду змінити його конкурентну позицію шляхом зміни країни його походження завдяки виробництву суміші низькосортного китайського та місцевого меду країни реципієнта китайських інвестицій. Проникнення на ринок ЄС в обхід політики його «економічного протекціонізму» реалізувалося і з використанням країн, які виконують роль «транзитного хабу» для уникнення перевірки справжнього походження меду. Для такого проникнення використовуються країни з наближеними до вимог ЄС стандартами, технологіями, операціями поводження з медом. Про перелік таких країн, свідчить статистика експорту меду з Китаю. «У 2025 році Китай експортував натуральний мед на суму 260 мільйонів доларів, що є 1620-м найбільш експортованим продуктом (з 5246) у Китаї. У 2025 році основними напрямками експорту натурального меду з Китаю були: Японія (57,7 мільйона доларів), Велика Британія (52,3 мільйона доларів), Бельгія (35,1 мільйона доларів), Польща (19,9 мільйона доларів) та Саудівська Аравія (12,1 мільйона доларів)» [8]. У 2018–2020 роках за статистикою аналітиків «74% підробленого меду в Європейському Союзі надходило з Китаю» [9], і мед, який експортується в ЄС з Великої Британії мав найбільше ознак фальсифікації [10].

Основна частка низькосортного меду надходить до ЄС через складну схему технологічних маніпуляцій і юридичних прогалин, які в міжнародній практиці мають усталену назву «відмивання меду» (honey laundering).

Процеси «відмивання меду» реалізуються китайськими компаніями шляхом використання процесів змішування (купажування) меду в третіх країнах, продаж фальсифікату меду пасічникам, які мають офіційні документи на пасіку та подальшого змішування та продажу такого меду його експортерам, фальсифікація документів про походження меду та застосування технологічних схем виробництва модифікованих синтетичних сиропів, які за молекулярним складом наближені до складу натурального меду, і які не виявляють лабораторні тести при перевірці відповідності меду діючим стандартам імпортера. Такі дії продиктовані намірами формування конкурентної переваги меду за рахунок його низької ціни. Реалізація схеми «відмивання меду» набула свого поширення не лише в експортних операціях Китаю, але і при реалізації меду на внутрішньому ринку, що обумовило посилення конкурентних переваг у високоякісного імпортовано меду на споживчому ринку Китаю. Зростання благополуччя населення в Китаї і впровадження норм здорового харчування активізували попит на високоякісний мед, що сприяло зростанню його імпорту. В 2024 році Китай мав 12 місце в світі за обсягами імпорту меду бджолиного. Основними постачальниками меду на ринок Китаю були: Нова Зеландія ($33 млн), Австралія (7 млн), Таїланд (2,1 млн), Росія (1,2 млн), Німеччина (0,5 млн) [8].

Додавання цукрових сиропів продиктовано щонайперше економічними причинами зниження ціни шляхом зниження витрат на виробництво меду. За даними китайських продавців ціна реалізації 1 т кукурудзяного сиропу коливається в межах 0,3-3 дол. США/кг, залежно від сорту та чистоти, а ціна пропозиції китайського меду 1,5 євро/кг.

Окрім реалізації схеми відмивання меду на зовнішніх ринках причиною перманентних змін політики економічного протекціонізму є фальсифікація маркування країни походження. Оскільки схема відмивання меду реалізувалася завдяки змішуванню модифікованих сиропів та меду натурального в транзитній країні, його маркування здійснювалося відповідно назви та вимог даної країни, без зазначення країни виробництва даного меду.

Все вище означене спонукало ЄС вдаватися до періодичних змін законодавства про мед. Політика протидії зловживанням на ринку ЄС, яка запроваджена Директивою ЄС 2024/1438, є одним із інструментів політики економічного протекціонізму і передбачає обов'язкове зазначення країни походження меду та його частки у продукції. Більш дієвими заходами, які визначені в Директиві, і які спрямовані на контроль автентичності меду є удосконалення контролю за виявленням домішок цукру, створення спеціальної Honey Platform при Європейській комісії, створення загальноєвропейської системи простежуваності меду від бджоляра до імпортера, а далі до споживача.

Однак директивні вимоги щодо маркування меду із зазначенням країн його похо-

дження без посилення контролю за його якістю не вирішують проблему, а накладають додаткові репутаційні ризики для всіх країн походження меду у змішаній партії.

Об'єктивність існуючої глобальної проблеми фальсифікації меду підтверджується історією захисних заходів країн його основних імпортерів.

З метою захисту внутрішнього ринку США від фальсифікату меду з Китаю та задля правил конкуренції на внутрішньому ринку США, у грудні 2001 року було запроваджено антидемпінгове мито, яке на сьогодні становить $ 2,63 за кілограм нетто та застосовується додатково до загального тарифу на мед $0,019/kg. Як наслідок таких дій, офіційна частка китайського меду на ринку США зменшилася, а Китай перейшов до реалізації стратегії проникнення на ринок США через посередництво третіх країн.

Довгі роки головним постачальником китайського меду на ринок США була Індія, яка формувала партії збірного меду та маркувала його як мед індійського виробництва.

Закриття зовнішніх ринків та високі репутаційні ризики Китаю на світовому ринку меду обумовили розробку нового стандарту якості меду GB/T 47735-2026 «General quality requirements for honey», який призначений для реалізації нового 15-й п'ятирічного плану соціально-економічного розвитку КНР на 2026–2030 роки, головний акцент якого зосереджений на високоякісному розвитку, модернізації виробництва та розширенні міжнародної торгівлі. Відповідно до даного стандарту, конкурентна перевага китайського меду зміщується в бік його диференціації на класи в залежності від набору якісних характеристик.

Експортером з потужним експортним потенціалом меду на зовнішні ринки є Аргентина. За останні роки Аргентина набула статусу медової супердержави, поступившись місцем Китаю, Індії та Україні. Конкурентними перевагами аргентинського меду є невисока якість, відсутність операції підігріву меду при його фасуванні. Аргентинський мед збирається з дикої рослинності, на природних пасовищах, що формує відповідні його мікробіологічні характеристики.

Розвиток медової галузі після оголошеного дефолту в 2001 році датується уже 2002 роком. Основними спонукальними мотивами розвитку медового виробництва було зниження податку на додану вартість з 20% до 10,5% у 2001 році для підтримання галузі в період кризи та бюджетне фінансування втрат, які отримали пасічники від запровадження весною 2001 року США тимчасових антидемпінгових мит на імпорт меду на рівні 40%.

Конкурентна політика аргентинських експортерів орієнтована на підтвердження якості та ідентифікацію меду. З метою підвищення конкурентоспроможності меду на міжнародних ринках і диференціації якості меду, в 2026 році офіційно було прийнято оновлений «Протокол якості аргентинського меду» відповідно до Резолюції 61/2026 Організації Об'єднаних націй, який оновив Протокол якості для фасованого аргентинського меду [11]. У протоколі Аргентина визначила завдання підвищення конкурентоспроможності меду за рахунок диференціації його якості та забезпечення відповідності високим світовим стандартам. Основним напрямом реалізації поставлених в Протоколі завдань визнано впровадження ефективних систем управління та ідентифікації. Зокрема, Протоколом запропоновано впровадження добровільної системи сертифікації якості, що надається незалежними організація. Як підтверджує аналіз Міністерства економіки Аргентини, така сертифікація є прийнятним доказом якості меду для споживача. Протокол зазначає групи аналізів, які повинні бути повинні бути підтвердженими для ідентифікації якості аргентинського меду: аналіз сенсорних характристик (колір, запах, аромат, смак, консистемнція), аналіз фізико-хімічних характеристик (вологість, гідроксиметилфурфурол, вільна кислотність), пилковий аналіз як засіб контролю якості та ботанічного походження окремих видів меду, мікробіологічна безпечність (залишки ветеринарних препаратів, грибів та дріжджів, інших контрольованих речовин), контроль натуральності (автентичності) меду (виявлення декстринів, кукурудзяного сиропу). Окрім того, Протоколом надані рекомендації щодо етапів впровадження HACCP для медопереробних підприємств Аргентини та обумовлені вимоги до упаковки, які відповідають принципам сталого розвитку.

Відповідність вимогам протоколу дає можливість присвоєння знаку «Alimentos Argentinos – Una Elección Natural» («Аргентинські продукти харчування – природний вибір»).

Реалізація запропонованих напрямів спрямована на закріплення позицій країни на зовнішніх ринках шляхом підтвердження якості аргентинського меду та його відповідності міжнародним та європейським вимогам до меду.

Історія розвитку галузі з виробництва меду в Індії підтвердила можливості держави у формуванні конкурентних переваг продукції на зовнішньому ринку. У 1996–1997 роках Індія розпочала свій перший організований експорт. В 2016 році була прийнята ініціатива уряду з назвою Sweet Revolution India (Солодка революція). У 2020 році, уряд затвердив Національну місію бджільництва та меду (NBHM) з виділенням бюджету на її реалізацію в обсязі 5 мільярдів індійських рупій на трирічний період (з 2020–21 до 2022–23 років). Як зазначено в статті [12] «фермери штату отримають допомогу від уряду штату в сферах переробки та маркетингу меду в обмін на 80% субсидію, з якої бенефіціари будуть відповідальні за внесок лише 20%. Згідно з планом, кожен фермер отримає 80 000 рупій за загальну вартість одиниці продукції 100 000 рупій, вносячи лише 20 000 рупій.

Ініціатива урядової підтримки медового виробництва обумовлена необхідністю зростання зайнятості в Індії, отримання додаткового доходу для дрібних фермерів та збільшенням врожайності сільськогосподарських культур через підвищення рівня їх запиленості бджолами. В рамках реалізації зазначеної програми та розширення експорту Індія реалізує низку державних програм щодо сертифікації якості та лабораторних випробувань. Виробництво меду в Індії в 2019 році зросло на 242%, а експорт – на 265% з 2005–2006 років [12].

Необхідність урядової підтримки виробництва меду обумовлена як намірами часткового вирішення економічних проблем, так і підвищенням репутації індійського меду на світовому ринку. За інформацією відкритих джерел, в 2020 році тестування 22 зразків індійського меду в німецькій лабораторії від 13 провідних медових компаній Індії показали підробку меду цукровими сиропами в 17 зразках. При цьому попереднє тестування даного меду в індійських лабораторіях не підтвердило наявності фальсифікату.

Проблеми якості індійського меду стали приводом для заборони закупівлі індійського меду країнами ЄС з вересня 2011 року. В серпні 2018 року Індія прийняла новий стандарт для меду, який визначив 18 параметрів натурального меду та спрямований на убезпечення фальсифікації меду, а в травні 2026 року ЄС переглянув свій список винятків і додав Індію до списку країн, яким дозволено експортувати продукти тваринного походження до блоку після вересня 2026 року.

Окрім низької якості, постачання дешевого меду на зовнішні ринки завдає суттєвої шкоди національним інтересам країни та порушує правила справедливої конкуренції. Інструментом захисту від таких дій є антидемпінгове мито, яке на сьогодні активно використовують США. Так, у 2022 році на імпорт сирого меду з Аргентини, Бразилії, Індії та В'єтнаму в США запроваджено антидемпінгове мито, що дорівнюють сумі, на яку нормальна вартість товару перевищує експортну ціну (або сконструйовану експортну ціну) товару, для всього імпорту сирого меду з даних країн [13].

У квітні 2025 року було запроваджено загальний 10% тариф на всі товари, що імпортуються до США, та переглянуто ставки антидемпінгового мита, які встановлені для Аргентини (4,7%), Бразилії (2,31%), Індії (2,31%), В'єтнаму (121,97%) [14, 15].

У відповідь на зовнішні обмеження доступу індійського меду на ринки ЄС та США, Управління з безпеки харчових продуктів та стандартів Індії у 2018 році посилило вимоги до меду та змінила метод виявлення цукрових сиропів. Починаючи з 2000 року конкурентна перевага індійського меду забезпечується його автентичністю та натуральністю.

Сукупність дій уряду Індії, спрямована на розвиток бджільництва в Індії сформували напрямок розвиток сектору виробництва органічного меду, який експортується до США. Наразі експорт натурального меду з Індії переважно зосереджений на одному ринку – Сполучених Штатах, на які припадає понад 80 % загального експортного обороту.

Головна конкурентна перевага індійського меду – низька ціна. Причини низької ціни індійського та китайського меду пов’язані як з сукупністю чинників об’єктивної, так і суб’єктивної природи походження. Об'єктивними чинниками низької ціни індійського та китайського меду є вартість робочої сили, низька вартість обладнання, яке використовується в процесі виробництва меду, дія ефекту масштабу. Поряд з тим, існує і низка чинників, які впливають на зростання ціни

меду, зокрема, витрати на логістику, ставки імпортного мита на мед країни партнера, витрати на лабораторне підтвердження відповідності меду міжнародному стандарту Codex Alimentarius, та стандартам імпортера. Окрім того, майже весь мед в Індії виробляється за тією ж моделлю, що й у Китаї: бджолярі відкачують недозрілий мед з високим вмістом води, який додатково «сушать» промисловим способом. При такому технологічному процесі втрачається багато корисних властивостей продукту та підстав для звинувачень у неналежній якості меду.

Низька ціна меду, який поставляється на зовнішні ринки, має низку загроз, зокрема, знижує економічну зацікавленість виробників меду, оскільки сприяє зниженню цін на високоякісний мед. У довгостроковій перспективі цінова невідповідність між європейським та китайським і індійським медом може призвести до негативних впливів не лише на прибутковість виробництва меду в Європі, але і на структурні зміни кількості європейських виробників, зниження середньої якості меду в ЄС, але і на пролонговані зміни врожайності сільськогосподарських культур. Адже бджола є не лише виробником меду, але і активним запилювачем сільськогосподарських культур, яка підтримує їх врожайність.

Соціальні наслідки ігнорування пріоритетності інтересів національних виробників меду пов'язані з ризиком самоорганізації бджолярів та можливості виникнення протестів проти ліберальності політики країни до підтримання чесної конкуренції на ринку.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Зростання обсягів експорту дозволяє зменшити витрати на одиницю продукції та реалізувати конкурентну політику цінового лідерства та досягти цілей конкурентної стратегії завоювання частки ринку. Обмежені природно-кліматичні можливості в поєднанні з надмірними бізнес апетитами та притаманною окремим націям бізнес культурою штовхають експортні компанії на шлях фальсифікації меду, що в поєднанні з інноваційними технологіями виробництва модифікованих сиропів забезпечують зростання обсягів виробництва та експорту меду.

З урахуванням того факту, що переважаючим способом реалізації є постачання меду оптовими партіями в 200 літрових бочках, та подальше змішування та фасування в країні його імпорту, імпорт фальсифікованого меду не лише знижує цінність продукту для споживача, але і підриває довіру національних виробників до державних інституцій, функціями яких є захист ринку та прав споживача.

Причинами проникнення фальсифікованого меду на зовнішні ринки є як ліберальне ставлення до схем «відмивання меду», так і застосування принципу вибірковості до фізичного контролю партій імпортованого меду. Адже в практиці світової торгівлі традиційним є документальний контроль імпорту, який передбачає наявність необхідних документів, які підтверджують якість, безпечність, автентичність та простежуваність ланцюга постачання меду.

Окрім того, в умовах наявності міжнародних та національних стандартів меду, проблема проникнення фальсифікованого меду на висококонкурентні ринки Європи та США обумовлена методами вибіркового контролю імпортованого меду та постійним удосконаленням складу модифікованих сиропів. Невідповідність методів контролю в країнах зовнішньоторговельних партнерах призводить до різних кількісних вимірів контрольних показників якості та безпеки меду та є причиною не допуску партії на ринок імпортера.

В останні роки Китай, Аргентина та Індія змінили стандарти та протоколи забезпечення якості виробленого меду та посилили національний контроль за якістю та безпечністю експортованого меду, що обумовлює зміну конкурентної політики постачальників меду в напрямку підтвердженої якості.

Реалізація конкурентної політики цінового лідерства наражається на все вищі бар'єри на ринках США та ЄС через антидемпінгові процедури в США та посилення вимог до якості, безпечності, простежуваності, маркування в ЄС.

Угода про вільну торгівлю між ЄС та Меркосур, початок реалізації нових економічних цілей Китаю, розвиток органічного виробництва меду в Індії є передвісниками майбутніх змін на міжнародному ринку меду бджолиного.

В таких умовах перспективним напрямом розвитку зовнішньої торгівлі медом для українських виробників та експортерів меду є їх партнерська участь у формуванні потужного експортного медового ресурсу, покращенні виробничих процесів та обладнання, яке забезпечують високу якість меду та знижують витрати на виробництво.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мірзоєва Т., Томашевська, О. Управління витратами підприємства в системі мінімізації ризиків господарської діяльності. *Економіка та суспільство*, 2024. № 65. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4437/4374

2. Топішко Н. П. Вознюк Р. В., Галецький С. М., Галецька Т. І. Управління логістичними витратами на підприємстві (на прикладі міжнародної компанії “"Kuehne + Nagel”). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Економіка*. 2025. № 39. С. 83–93.

3. Руденко І. В., Мельничук М. О., Кунічева Т. П. Обґрунтування прийняття рішень з ціноутворення з урахуванням можливостей управління витратами. *Бізнес Інформ*. 2024. № 2. С. 159–165.

4. Кубарева І. В. Адаптивна модель підвищення ефективності економічної поведінки підприємства на снові управління витратами. *Стратегія економічного розвитку України*. 2025. Вип. 56. С. 187–201.

5. Statistics URL: https://agriculture.canada.ca/en/sector/horticulture/reports/statistical-overview-canadian-honey-and-bee-industry-2025

6. Nestlé sells Egmont honey from New Zealand. URL: https://surl.li/qqnpcm

7. Sweetness straight from the barrel – Dewin GmbH imports honey from China. URL: https://www.wfb-bremen.de/en/page/bremen-invest/dewins-imports-honey-from-china

8. A Sticky Situation: Fraudulent Honey in the EU URL: https://www.iiea.com/images/uploads/resources/A_Sticky_Situation_Paper_Master.pdf

9. The Sticky Business of Honey Laundering: Identifying and Avoiding Fake Honey. URL: https://kinghavenfarms.com/blogs/from-the-hive/the-sticky-business-of-honey-laundering-identifying-and-avoiding-fake-honey

10. Natural Honey in CN China. URL: https://oec.world/en/profile/bilateral-product/natural-honey/reporter/chn

11. Quality Protocol for Packaged Argentine Honey. URL: https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-61-2026-425797/texto

12. Latika Ajbani Gaikwad, Entrepreneurial Avenues Through Sweet Revolution. URL: https://www.researchgate.net/publication/378402001_Entrepreneurial_Avenues_Through_Sweet_Revolution

13. Announcement from the International Trade Administration dated 10/06/2022 URL: https://www.federalregister.gov/documents/2022/06/10/2022-12498/raw-honey-from-argentina-brazil-india-and-the-socialist-republic-of-vietnam-antidumping-duty-orders

14. Sweet Harvest Foods Honey Market Report for the second quarter of 2026. URL: https://sweetharvestfoods.com/sweet-harvest-foods-q2-2026-honey-market-report/

15. Orders on anti-dumping duties. URL: https://www.federalregister.gov/documents/2026/06/18/2026-12301/raw-honey-from-india-final-results-of-antidumping-duty-administrative-review-2023-2024

REFERENCES

1. Mirzoieva T., Tomashevska, O. (2024). Upravlinnia vytratamy pidpryiemstva v systemi minimizatsii ryzykiv hospodarskoi diialnosti [Enterprise Cost Management in the Context of Minimizing Business Risks]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 65. Available at: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4437/4374

2. Topishko N. P. Vozniuk R. V., Haletskyi S. M., Haletska T. I. (2025). Upravlinnia lohistychnymy vytratamy na pidpryiemstvi (na prykladi mizhnarodnoi kompanii “Kuehne + Nagel”) [Management of Logistics Costs at an Enterprise (Using the Example of the International Company “Kuehne + Nagel”)]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu “Ostrozka akademiia”. Seriia : Ekonomika*, no 39, pp. 83–93.

3. Rudenko I. V., Melnychuk M. O., Kunicheva T. P. (2024). Obgruntuvannia pryiniattia rishen z tsinoutvorennia z urakhuvanniam mozhlyvostei upravlinnia vytratamy [Justification of Pricing Decisions Taking into Account the Possibilities of Cost Management]. *Biznes Inform*, no 2, pp. 159–165.

4. Kubareva I. V. (2025). Adaptyvna model pidvyshchennia efektyvnosti ekonomichnoi povedinky pidpryiemstva na snovi upravlinnia vytratamy [An Adaptive Model for Improving the Efficiency of an Enterprise’s Economic Behavior Based on Cost Management]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, no. 56, pp. 187–201.

5. Statistics (2025). Available at: https://agriculture.canada.ca/en/sector/horticulture/reports/statistical-overview-canadian-honey-and-bee-industry-2025

6. Nestlé sells Egmont honey from New Zealand. Available at: https://surl.li/qqnpcm

7. Sweetness straight from the barrel – Dewin GmbH imports honey from China. Available at: https://www.wfb-bremen.de/en/page/bremen-invest/dewins-imports-honey-from-china

8. A Sticky Situation: Fraudulent Honey in the EU Available at: https://www.iiea.com/images/

uploads/resources/A_Sticky_Situation_Paper_Master.pdf

9. The Sticky Business of Honey Laundering: Identifying and Avoiding Fake Honey. Available at: https://kinghavenfarms.com/blogs/from-the-hive/the-sticky-business-of-honey-laundering-identifying-and-avoiding-fake-honey

10. Natural Honey in CN China. Available at: https://oec.world/en/profile/bilateral-product/natural-honey/reporter/chn

11. Quality Protocol for Packaged Argentine Honey. Available at: https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-61-2026-425797/texto

12. Latika Ajbani Gaikwad, Entrepreneurial Avenues Through Sweet Revolution. Available at: https://www.researchgate.net/publication/378402001_Entrepreneurial_Avenues_Through_Sweet_Revolution

13. Announcement from the International Trade Administration dated 10/06/2022. Available at: https://www.federalregister.gov/documents/2022/06/10/2022-12498/raw-honey-from-argentina-brazil-india-and-the-socialist-republic-of-vietnam-antidumping-duty-orders

14. Sweet Harvest Foods Honey Market Report for the second quarter of 2026. Available at: https://sweetharvestfoods.com/sweet-harvest-foods-q2-2026-honey-market-report/

15. Orders on anti-dumping duties. Available at: https://www.federalregister.gov/documents/2026/06/18/2026-12301/raw-honey-from-india-final-results-of-antidumping-duty-administrative-review-2023-2024

Дата надходження статті: 24.08.2026
Дата прийняття статті: 19.09.2026
Дата публікації статті: 09.11.2026