

УДК 338.439.4:339 (477)
DOI: 10.31891/2307-5740-2021-300-6/2-18

СТАРОСТИНА А. О.
ORCID ID 0000-0002-5898-7966
e-mail: allstar@univ.kiev.ua
БІЛОВОДСЬКА О. А.
ORCID ID 0000-0003-3707-0734
e-mail: o.bilovodska@gmail.com
ПАНАСЮК Ю. М.
e-mail: p.yuliiia9@gmail.com

Київський національний університет ім. Т. Шевченка

ПОШУК НОВИХ РИНКІВ ЗБУТУ МЕДУ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19

У роботі здійснено огляд ринку меду України, виявлено основні проблеми і тенденції розвитку ринку меду, виконано оцінювання привабливості міжнародного бізнес-середовища Близького Сходу для експорту меду українських виробників, визначено потенційний ринок для збуту меду українського походження за допомогою фільтрової моделі відбору цільових ринків. Для цього у процесі дослідження були використані метод аналізу та синтезу, який полягав у виявленні залежності між споживанням меду країнами Близького Сходу та необхідністю в імпорті, метод порівняння міжнародних ринків, табличний метод для демонстрації ключових критеріїв відбору найбільш привабливих ринків, метод дедукції для огляду ринку меду Близького Сходу загалом та виявленні одного потенційного ринку для експорту, а також фільтрове моделювання для вибору потенційного ринку експорту меду українського походження. Наукова новизна і практична значущість роботи полягає в обґрунтованому визначенні основних можливостей розвитку ринку України в умовах поширення пандемії COVID-19 та виявленні потенційного ринку Близького Сходу для розширення географії збуту меду українського походження на міжнародному рівні на основі фільтрового моделювання та аналізу бізнес-середовища Близького Сходу.

Ключові слова: ринок меду, ринки збуту, міжнародні ринки, Covid-19, фільтрова модель, Близький Схід.

ALLA STAROSTINA, OLENA BILOVODSKA, YULIIA PANASIUK

Taras Shevchenko National University of Kyiv

SEARCH FOR NEW MARKETS OF UKRAINIAN HONEY UNDER THE CONDITIONS OF THE COVID-19 PANDEMIC

Ukraine produces more honey than the domestic market consume, which means that Ukraine has sufficient potential for honey exports. The main problems of the honey market of Ukraine are the shadowing of the market, low export price of honey and low consumer awareness of honey of Ukrainian origin. Due to the spread of the Covid-19 pandemic on the world market, the demand for honey rises. This is an opportunity for Ukraine to increase honey exports and enter new markets. It will help maintain a leading position in the world market in honey exports, increase the competitiveness of local honey producers and consumer awareness of Ukrainian honey and the build of the country's brand as a reliable and responsible producer. The Middle East market was identified as a potential market for exit.

This article examines the honey market of Ukraine, identifies the problems of the honey market and market's prospects in the context of the spread of Covid-19. The attractiveness of the international business environment of the Middle East is estimated in order to find potential markets for Ukrainian honey producers. An analysis of the Middle East countries for export of honey of Ukrainian producers based on a filter model.

In the process of analyzing the Middle East market on the basis of a filter model, countries were selected by factors of macromarketing environment and introindustry environment. Moreover, each of the factors that helped determine potential market in the final of the research was assessed by author. The analysis of key filters revealed a high level of the Middle East integration into the system of world economic relations, the constant expansion of their cooperation with other countries, positive dynamics of economic growth indicators.

Comparing different countries, a potential country for expanding the geography of sales of Ukrainian honey is suggested.

Key words: honey market, markets, international markets, Covid-19, filter model, Middle East.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

У зв'язку з поширенням пандемії COVID-19 на світовому ринку спостерігається інтенсифікація попиту на мед. Така тенденція сприяє активізації країн світу в напрямку збільшення імпорту меду з України, що пов'язано з входженням нашої держави в топ-10 світових експортерів меду.

Зростання світового попиту на мед та поширення пандемії на сьогодні є можливостями для України розширювати географію збуту. Це є однією з конкурентних переваг вітчизняної економіки щодо зростання експорту та виходу на нові ринки з готовою продукцією з доданою вартістю, а не сировиною за закупівельною ціною.

В Україні виробляють більше меду, ніж споживає внутрішній ринок, що означає, що Україна має достатній потенціал для експорту меду. Такий факт сприятиме зайняттю лідируючих позицій на світовому ринку в експорті меду, підвищенню конкурентоспроможності локальних виробників меду, обізнаності

споживачів про мед українського походження та формування бренду країни, як надійного та відповідального виробника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналіз ринку меду України проводили такі автори, як Н. Луців, Г. Жолинська та Л. Сенік [18]. Перспективні ринки для виходу України зазначені у статті А. Панкратова [6]. Оцінка ролі українських виробників на світовому ринку зустрічаються у працях Б. В. Духницького [17], А. Бурки [16], А. Журавльової, Н. Сментиної [15]. Статистичні дані були підготовлені центрами збору аналітичної інформації як національного рівня [4, 13], так і міжнародного [7, 9, 10, 14].

Формулювання цілей статті

Метою даного дослідження є дослідження основних тенденцій, можливостей та проблем розвитку ринку меду України, оцінювання бізнес-середовища Близького Сходу для вибору нових ринків збуту із застосування методу фільтрової моделі та визначення потенційного ринку для експорту.

Виклад основних результатів дослідження

Ринок меду України характеризується експортоорієнтованістю та позитивною динамікою вже понад 10 років. Експорт меду в товарній структурі експорту України займає друге місце серед товарних категорій. Якщо підсумувати експортну діяльність України за 2020 рік, то країна експортувала 80,8 тис. тонн [1] меду на суму понад 139,8 млн дол., у той час як загальний обсяг виробництва становить 100-110 тис. тонн. Основна проблема полягає у тінізації виробництва. Через велику кількість незареєстрованих виробників важко підрахувати точний обсяг виробництва. Внутрішній ринок України споживає трохи менше половини від обсягу виробництва: в середньому на душу населення споживається близько 1-1,1 кг меду.

Лідером за експортом меду з України в 2018 році стала ТОВ «Асканія-Пак». Ця компанія поставила на зовнішні ринки 15,2 % від загального експорту меду. На другому місці – ТОВ «Юкрейніан Бі» із часткою в 10,7 % від усього експорту. Третє місце посіло ТОВ «Лумелі» – 6,6 % від усього ринку. До десятки найбільших експортерів меду потрапили також три господарства з Півдня України: з Одещини – ТОВ «Джеса» (5,2 % від усього експорту), з Миколаївщини – ТОВ «Агро Іст Трейд» (4,2 %), з Херсонщини – ТОВ «ГК «Співдружність»» (4,9 %) [2].

Незважаючи на позитивну динаміку експорту меду українського походження, гостро стоїть питання вартості продукції. Адже ціна на світовому ринку значно нижча, аніж її продаж в роздрібній торгівлі на ринках в країнах-імпортерах. Це пов'язано із тим, що Україна експортує мед, як сировину. Тобто на ринку великі компанії по переробці меду скуповують мед у локальних пасічників, а потім експортують під певним брендом. Мед українського походження досить високої якості, він органічний та виключає спробу фальсифікації, оскільки проходить сертифікацію перед виходом на рівень світової торгівлі.

Саме тому варто експортувати мед, як готову продукцію під власним брендом із доданою вартістю. Одним із варіантів реалізації може бути об'єднання локальних пасічників задля формування єдиної організації під одним брендом. Це дозволить не лише наростити торговельне сальдо, але й сприятиме побудові потужного бренду країни, ідентифікації України, як виробника органічної та якісної продукції.

Географічна структура експорту меду України та зарубіжних країн. Активізація споживання меду спостерігається на рівні світового масштабу. Так, основною причиною підвищення попиту на мед стала пандемія. Відповідно до цього відбулася переоцінка меду та підвищення його антибактеріальних цінностей. Обсяг виробництва в світовому масштабі досяг 1,68 млн дол. у 2020 році [3]. Щодо основних імпортерів українського меду (рис. 1), то вже кілька років поспіль передові позиції займають такі країни, як-от [13]: Польща (26 % від загального обсягу експорту), Німеччина (19 %), США (10 %), Бельгія (10 %) і Литва (6 %).

Аналізуючи країни-імпортери українського меду, можна простежити таку тенденцію, що основними покупцями українського меду є країни ЄС та США, у той час, як частка України в поставках меду в країни Близького Сходу становить всього 0,7 % [4]. Якщо проаналізувати динаміку споживання меду за період пандемії, то можна виявити, що ринок Близького Сходу росте. Об'єднані Арабські Емірати наростили імпорт на 23% [5] й зовсім не споживають вітчизняного меду. А Катар 2018-го збільшив імпорт на 18,6 % і при цьому дані країни не співпрацюю з українськими постачальниками.

Саме тому необхідно детальніше розглянути вищезазначені країни, вивчити новий регіон і зробити прогноз щодо потенційного збільшення відсотка експорту меду в країни, що мають найбільшу значимість. Серед перспективних країн для українського меду, можна виділити наступні [6]:

ОАЕ з ростом імпорту на 23 %, але які не закуповують мед в Україні.

Саудівська Аравія, де імпорт збільшився на 1,2%, також не імпортує з України.

Катар з ростом імпорту на 18,6 %, не закуповує український мед.

Кувейт – зростання імпорту 11,9 %, не закуповує український мед.

Йорданія – імпорт зріс на 10,3 %, не закуповує український мед.

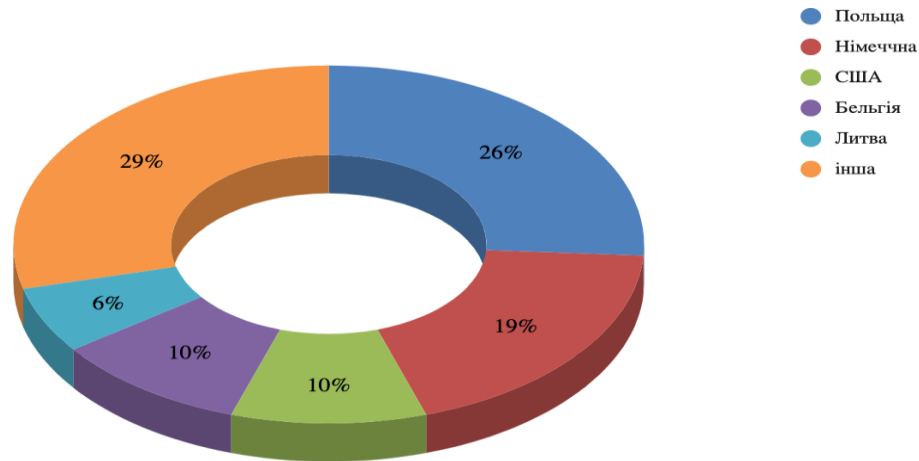


Рис. 1. Частки найбільших імпортерів меду з України, %

Найбільшим експортером меду є Саудівська Аравія. Варто також відзначити, що Близький Схід закуповує 6 % в світовому імпорті меду, що становить \$2,4 млрд. Аналіз потенційних країн за привабливістю виходу на їх ринки за такими факторами як політичний, економічний та соціально-демографічний продемонстровано у таблиці 1 [7]. Оцінювання проводилося в межах 0–3 балів (де 0 – немає перспектив виходу, а 3 – найбільш привабливий ринок).

Модель відбору ринків на основі аналізу міжнародного маркетингового середовища (Фільтр 1):

Таблиця 1

Аналіз міжнародного маркетингового середовища

Фактор	Потенційні країни-імпортери				
	ОАЕ	Саудівська Аравія	Катар	Кувейт	Йорданія
Фактори політичного сприяння					
Форма державного правління (бали)	Абсолютна монархія (0)	Абсолютна монархія (0)	Абсолютна монархія (0)	Конституційна монархія (1)	Конституційна монархія (1)
2. Кількість необ-хідних дозвільних процедур для реєстрації підприємства в країні, од. (бали)	5 (1)	5 (1)	5 (1)	4 (2)	3 (3)
3. Законодавче регулювання інвестиційної діяльності (бали)	Відсутнє (0)	Відсутнє (0)	Відсутнє (0)	Відсутнє (0)	Присутнє (1)
Економічні фактори					
4. Тип економічної системи (бали)	Змішана (2)	Сучасна (3)	Традиційна (1)	Традиційна (1)	Змішана (2)
5. Індекси зростання ВВП країн Близького Сходу (бали)	3,2 (2)	3,5 (2)	3,6 (2)	-0,4 (0)	2,4 (1)
6. Розмір ВВП на душу населення країн Близького Сходу, тис. дол. США на особу (бали)	40,438 (2)	20,482 (1)	74,667 (3)	28,985 (1)	4,940 (0)
7. Середньорічні темпи приросту обсягу прямих іноземних інвестицій, % (бали)	5,73 (0)	72,74 % (3)	27,23 % (1)	36,32 % (2)	50,47 % (2)
Соціально-демографічні фактори					
8. Частка населення, що має вищу освіту, % (бали)	Від 20 до 35 (0)	Від 20 до 35 (0)	Від 20 до 35 (0)	Від 20 до 35 (0)	Понад 35 (1)
Всього балів	7	10	8	7	11

Джерело: складено на основі [7, 14]

Серед країн першого фільтру найбільш привабливими є Саудівська Аравія та Йорданія (10 та 11 балів, відповідно), які мають найбільш розвинену інфраструктуру, один з найбільш високих рівнів ВВП на душу населення і в яких регулювання економіки здійснюється за законами ринку. ОАЕ та Катар мають найменші бали, що свідчать про те, що вони є найменш привабливими ринками для експорту меду.

Оцінка факторів внутрішньогалузевого середовища (фільтр 2) країн Близького Сходу на потенційну діяльність українських виробників меду наведено у таблиці 2.

Модель відбору ринків на основі аналізу внутрішньогалузевого середовища країн Близького Сходу (Фільтр 2):

Таблиця 2

Фактор	Можливі ринки		
	Саудівська Аравія	Катар	Йорданія
Фактори впливу на попит			
1. Рівень захворюваності населення на цукровий діабету, % (бали)	13, 5 (3)	8 (1)	12, 5 (2)
2. Імпорт товарів субститутів (солодоші), млн дол./% (бали)	800/0,6 (1)	52.14 /0,3 (2)	20 /0,2 (3)
3. Кількість туристів, млн. осіб (бали)	15, 5 (3)	4,8 (1)	8 (2)
Реалізація продукції			
1. Наявність роздрібних точок збуту, од. (бали)	1,255 (3)	150 (1)	550 (2)
Всього балів	10	5	9

Джерело: складено на основі [8–12]

Виконаємо більш детальний аналіз вищезазначених факторів впливу на потенційну діяльність українських виробників меду на ринках країн Близького Сходу:

1. Рівень захворюваності населення на цукровий діабет. Цей показник визначає кількість людей, які хворіють на цукровий діабет, який вимагає виключення з раціону кондитерських виробів та цукру. Як наслідок, зростає попит на заміники цукру. Мед вважають одним із найбільш безпечних заміників цукру, який активно використовують як при виробництві солодошів та в лікувальних цілях, а також як самостійний продукт.

2. Імпорт товарів субститутів (солодоші). Показник ілюструє кількість імпорту солодошів на основі цукру та цукру взагалі. У межах даного показника необхідно обрати країну із найменшим значенням імпорту цукру, що в свою чергу, дозволить популяризувати споживання меду на противагу різного виду цукру та цукрових виробів.

3. Кількість туристів допоможе визначити наявність попиту на мед не лише як на готовий продукт. Однією із найпопулярніших сувенірів із країн Близького сходу є східні солодоші: пахлава, баклава, конафа тощо. Для виготовлення даних солодошів необхідним продуктом є мед. Зі збільшенням кількості туристів, які відвідують країну, буде відповідно збільшуватися виробництво даних солодошів. І, як наслідок, буде збільшуватися імпорт меду.

4. Наявність роздрібних точок збуту. Враховуючи, що компанія планує продавати продукцію вже як готовий продукт, то необхідною умовою функціонування підприємства є наявність точок збуту, а саме супермаркетів. Продаж готової продукції дозволить підвищити репутацію українського виробника, збільшити вартість продукції, як готового рішення. Велика кількість супермаркетів дозволить розширити ряд пропозиції продукції українського виробництва посередникам, а також дозволить обрати найбільш вигідний варіант співпраці.

Отже, серед країн третього фільтру найбільш привабливими є Саудівська Аравія та Йорданія, але зважаючи на попередні фільтри та підсумувавши попередні бали, то найбільш привабливою країною для експорту меду є Саудівська Аравія, яка має найбільшу кількість точок збуту, приймає найбільшу кількість туристів, що означає постійний попит на східні солодоші. Важливим фактором є наявність роздрібних точок, де потенційно можна реалізувати продукцію. Для визначення пріоритетності країн за отриманими балами (Фільтр 3), необхідно підсумувати кількість балів по кожному фільтру (табл. 3).

Список цільових ринків у порядку пріоритетності (Фільтр 3):

Таблиця 3

Пріоритетність цільових ринків на основі оцінок	
Країна	Бальна оцінка
Саудівська Аравія	20
Йорданія	19
Катар	13
ОАЕ	7
Кувейт	7

Джерело: складено авторами

Враховуючи викладене при аналізі ключових фільтрів країн Близького Сходу спостерігається їх високий рівень інтеграції в систему світогосподарських зв'язків, постійне розширення їх співпраці з іншими країнами, позитивна динаміка показників економічного зростання створюють сприятливі умови для виходу українських виробників меду на ринки країн Близького Сходу. Найбільш привабливими за рівнем економічного розвитку є Саудівська Аравія, яка отримала найбільшу бальну оцінку. Це означає, що бізнес-середовище Саудівської Аравії є найбільш сприятливим для експорту меду. Були проаналізовані

макросередовище країни та внутрішньогалузеві фактори, що безпосередньо впливають на майбутній вихід українських виробників меду на ринок Саудівської Аравії та фактори впливу на попит та можливість реалізації продукції.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

Дослідження основних тенденції, можливостей та проблем розвитку ринку меду України, а також аналіз міжнародного бізнес-середовища дають змогу підбити підсумки:

По-перше, ринок меду України є експортоорієнтованим. Україна займає друге місце серед основних експортерів меду у світі. Більше того, мед українського походження характеризується високими якісними показниками, а саме: екологічність, натуральність, наявність сертифікації задля збуту на світовому рівні. На ринку присутні досить потужні компанії, які спеціалізуються на експорті та можуть зіставити конкуренцію закордонним компаніям, пропонуючи вже готовий продукт під власним лейблом. Основними проблемами ринку меду є наявність тінзації (незарєєстровані пасічники, які ведуть підпільну торгівлю); пропозиції меду як сировини, а не готової продукції (низька ціна на світовому ринку); низька обізнаність про Україну як про надійного виробника меду (у зв'язку з відсутністю бренду країни). Таким чином, задля реалізації можливостей та вирішення проблем необхідно шукати нові ринки збуту, мотивувати локальних виробників до об'єднання під єдиним брендом та просувати мед українського походження як готовий продукт з доданою вартістю.

По-друге, світовий попит на мед зростає. Така динаміка пов'язана з поширенням пандемії COVID-19. Оскільки мед має антибактеріальні властивості та вважається незамінним джерелом вітамінів для захисту імунітету, то споживачі по всьому світі збільшили споживання меду. Відповідно до цього є гостра необхідність задовольнити потребу у меді. Для України така тенденція є можливістю, адже дозволяє розширити географію збуту.

По-третє, одним із найбільш перспективних ринків збуту для України є ринок меду Близького Сходу. Це пояснюється зростанням попиту на мед, недостатністю виробництва для покриття внутрішнього попиту та необхідністю в імпорті. За допомогою фільтрової моделі визначено найбільш привабливу країну для експорту – Саудівську Аравію. Подальші дослідження слід спрямувати на деталізацію маркетингових інструментів щодо збуту меду українського виробництва на даному ринку.

Література

1. Прогноз медового врожаю 2021 в Україні. URL : <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/760593.html>.
2. Основні експортери меду з України. Рада з питань експорту продовольства (UFEB). URL : <http://www.ukrainian-food.org/uk>.
3. Світове виробництво меду. URL : <https://ukrainefood.org/>.
4. Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/zd/e_iovt/arh_iovt2020.htm.
5. Солодкий Схід: експерти назвали перспективні ринки для експорту українського меду. URL : <https://landlord.ua/news/solodkyi-skhid-eksperty-nazvaly-perspektyvni-rynky-dlia-eksportu-ukrainskoho-medu/>.
6. Панкратов А. Визначено 7 країн з перспективними ринками для українського меду. URL : <https://info.shuvar.com/news/3497/Vyznacheno-7-krayin-z-perspektyvnymy-rynkami-dlya-ukrayinskoho-medu>.
7. Дослідження Світового банку. URL : <http://data.worldbank.org/indicator>
8. Руководство по борьбе с диабетом на основе Диабетического атласа Международной Федерации Диабета (IDF). URL : https://www.diabetesatlas.org/upload/resources/material/20191217_165723_2019_IDF_Advocacy_Guide_RU.p.
9. Saudi Arabia Imports of Sugars and sugar confectionery. URL : <https://tradingeconomics.com/saudi-arabia/imports/sugars-sugar-confectionery>.
10. Jordan | Imports and Exports | Sugar confectionery. URL : <https://trendeconomy.com/data/h2/Jordan/1704>.
11. Dubai Statistic Center, Visitor by Nationality. URL : <https://www.dsc.gov.ae/en/Themes/Pages/Tourism.aspx?Theme=30>.
12. Дистрибуція меду у Саудівській Аравії. URL : <https://www.nordeatrade.com/se/explore-new-market/saudi-arabia/distribution>.
13. Показники зовнішньої торгівлі України. Державна митна служба України. URL : <https://customs.gov.ua/>.
14. Доповідь «Ведення бізнесу» – щорічні дослідження групи Світового банку. URL : <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies>.
15. Журавльова А., Сментина Н. Кон'юнктура світового ринку меду та перспективи для України. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2019. № 1(264). С. 48–62.
16. Бурка Анна. До 2020 року щорічні обсяги виробництва меду становитимуть до 2,4 млн тонн проти 1,7 млн тонн у 2017 році. URL : <http://agravery.com/uk/posts>

17. Духницький Б. В., Духницький В. Б. Оцінка ролі України на світовому ринку меду. Економіка АПК. 2020. № 2. С. 77–84.

18. Луців Н., Жолінська Г., Сенік Л. Ринок меду натурального. Ринкові дослідження: Товари і ринки. 2020. № 4. С. 43–52.

References

1. Prohnoz medovoho vrozhaiu 2021 v Ukraini. URL : <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/760593.html>.
2. Osnovni eksportery medu z Ukrainy. Rada z pytan eksportu prodovolstva (UFEB). URL : <http://www.ukrainian-food.org/uk>.
3. Svitove vyrobnytstvo medu. URL : <https://ukrainefood.org/>.
4. Zovnishnia torhivlia okremymy vydamy tovariv za krainamy svitu. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/zd/e_iovt/arh_iovt2020.htm.
5. Solodkyi Skhid: eksperty nazvaly perspektyvni rynky dlia eksportu ukrainskoho medu. URL: <https://landlord.ua/news/solodkyi-skhid-eksperty-nazvaly-perspektyvni-rynky-dlia-eksportu-ukrainskoho-medu/>.
6. Pankratov A. Vyznachenno 7 krain z perspektyvnymy rynkamy dlia ukrainskoho medu. URL : <https://info.shuvar.com/news/3497/Vyznachenno-7-krain-z-perspektyvnymy-rynkami-dlya-ukrayinskoho-medu>.
7. Doslidzhennia Svitovoho banku. URL: <http://data.worldbank.org/indicator>
8. Rukovodstvo po borbe s dyabetom na osnove Dyabetycheskoho atlasa Mezhdunarodnoi Federatsyy Dyabeta (IDF). . URL: https://www.diabetesatlas.org/upload/resources/material/20191217_165723_2019_IDF_Advocacy_Guide_RU.p.
9. Saudi Arabia Imports of Sugars and sugar confectionery. URL : <https://tradingeconomics.com/saudi-arabia/imports/sugars-sugar-confectionery>.
10. Jordan | Imports and Exports | Sugar confectionery. URL : <https://trendeconomy.com/data/h2/Jordan/1704>.
11. Dubai Statistic Center , Visitor by Nationality. URL : <https://www.dsc.gov.ae/en/Themes/Pages/Tourism.aspx?Theme=30>.
12. Dystrybutsiia medu u Saudivskii Aravii. URL: <https://www.nordeatrade.com/se/explore-new-market/saudi-arabia/distribution>.
13. Pokaznyky zovnishnoi torhivli Ukrainy. Derzhavna mytna sluzhba Ukrainy. URL : <https://customs.gov.ua/>.
14. Dopovid «Vedennia biznesu» – shchorichni doslidzhennia hrupy Svitovoho banku. URL : <http://www.doingbusiness.org/data/exploreconomies>.
15. Zhuravlova A., Smentyna N. Koniunktura svitovoho rynku medu ta perspektyvy dlia Ukrainy. Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu: zb. nauk. prats; za red.: M.D. Baldzhy (holov. red.). (ISSN 2409-9260). Odesa: Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet. 2019. Vol. 1(264). P. 48-62.
16. Burka Anna. Do 2020 roku shchorichni obsiah vyrobnytstva medu stanovytymut do 2,4 mln tonn proty 1,7 mln tonn u 2017 rotsi. URL : <http://agravery.com/uk/posts>
17. Dukhnytskyi B. V., Dukhnytskyi V. B. Otsinka roli Ukrainy na svitovomu rynku medu. Ekonomika APK. 2020. Vol. 2. P. 77 - 84.
18. Lutsiv N., Zholynska H., Senyk L. Rynok medu naturalnoho. Rynkovi doslidzhennia: Tovary i rynky. 2020. Vol. 4. P. 43-52.

Надійшла / Paper received: 29.10.2021

Надрукована / Printed: 30.12.2021