

Рецепт «солодкого життя»

Українському бджільництву потрібен свій виробник, пакувальник і продавець...

Алла ДУБРОВИК, «День»



Бджолярство, що представлене в Україні 400 тисячами пасічників, виводить нашу державу на лідируючу позицію з виготовлення меду в Європі та за якістю — у світі. Так, нещодавно на 41 Міжнародному конгресі Світової федерації бджільницьких асоціацій «Апімондія», що проходив у вересні в французькому місті Монпельє, український гречаний мед визнали найкращим. А також довірили приймати в себе наступний конгрес бджолярів — у 2013 році, про що вже писав «День» 1 жовтня. Експерти стверджують: таким унікальним український солодкий продукт робить відсутність глобалізації цієї сфери, вітчизняний мед «створений з любов'ю»...

Наші предки ще за часів Київської Русі розуміли важливість бджолярства для економіки. Які перспективи розвитку даної галузі сьогодні? Про це та про інше «День» розмовляв із головою правління Всеукраїнської громадської організації «Братство бджолярів України» Тетяною ВАСИЛЬКІВСЬКОЮ та координатором організаційного комітету «Україна Апімондія-2013» Юрієм РИФЯКОМ.

— Бджолярство — це традиційне ремесло для українців. Що змінилось у даній галузі за роки незалежності?

Юрій Рифяк: — Традиції — це той фактор, який робить Україну лідером медового ремесла увсьому світі. Успіх українському меду принесли дві речі. З однієї сторони, ми перші в Європі з валового випуску меду. З іншої — майку лідера ми отримали не за рахунок інтенсифікованого виробництва. Бджільництво для українців споконвіку було і є найбільш популярним захопленням. Майже кожен сотий у нас — пасічник. Україна має 400 тисяч бджолярів, такого показника не має жодна країна світу. Тож такі дрібні та середні господарства, що в середньому налічують сто бджолиних сімей, забезпечують рекордні для Європи валові показники виготовлення українського меду.

Більшість же великих країн, такі, як США, Аргентина, Китай, основну масу меду виготовляють на великих промислових підприємствах, де по 20—30 тисяч бджолиних сімей. Таке виробництво меду є дуже інтенсифікованим. Головною ціллю є максимізувати вихід продукту. Тобто мед у них виходить як «бройлерні кури». Український мед є лідером по якості тому, що в нього вкладена часточка душі кожного пасічника.

Ще в XI столітті в Руській Правді, кодексі законів Ярослава Мудрого, бджільництву присвячено аж сім розділів. Ні одному іншому ремеслу, а саме цьому. А це вказує на ключову позицію бджолярства, визначну роль для економіки Київської Русі у той час. Ми одні у всьому світі маємо тисячу років традицій бджолярства. В жодних, ні в норманських, ні в саксонських, кодексах немає згадки про це ремесло.

Україна взагалі є батьківщиною сучасного бджільництва. Адже рамковий вулик, прототип сучасного, був винайдений українцем Петром Прокоповичем.

— А як держава піклується про бджільництво сьогодні? Відомо, що в Україні діє програма розвитку бджільництва, як ви оцінюєте її ефективність для галузі?

Ю. Р.: — По програмі розвитку українського села, затвердженої Міністерством аграрної політики, на бджільництво щороку виділяється близько 20 мільйонів гривень. Та, на мою думку, держава не повинна фінансово, дотаційно підтримувати бджільництво. Адже це — бізнес. Кожна пасіка — це підприємство. А кожен бджоляр — це приватний бізнесмен, який отримує прибуток. Тобто

політика держави до бджільництва повинна бути такою ж, як до бізнесу взагалі. Я вважаю, пасіка найбільше виграє від системної підтримки і від структурної реформації галузі в цілому. Також потрібна чітка прозора система сертифікації та контролю за якістю продукції. Це, в першу чергу, необхідно для експорту, і стане в пригоді в боротьбі з неякісним імпортом, який у нас з'являється на внутрішньому ринку.

Держава має створити пасічникам належні умови для розвитку. І вже перші успіхи є. Вагомим здобутком стало отримання права

експорту меду. Далеко не всі продукти сільського господарства мають право бути імпортованими в Європейський Союз. Для цього потрібно провести відповідні переговори й отримати відповідний дозвіл у Брюсселі. Що ж до бджільництва, то ця робота була здійснена. І експорт українського меду щороку росте досить значними темпами.

— Однак ми екпортуємо мед як сировину, чи не так? Чому не використовується національний бренд, адже український мед визнано кращим у світі?

Тетяна Васильківська: — Експорт — це позитивно, адже він говорить про те, що є попит на нашу продукцію. І кожна країна пишається тим, що вона екпортує. Адже це її товар, який коштує за кордоном. Але в нашому випадку український мед до цих пір екпортується як сировина. Фактично цей солодкий бджолиний продукт вивозиться у великих ємностях євростандарту, які без будь-якої ідентифікації відправляються замовнику. Він отримує мед як сировину, яку може використати у будь-який зручний спосіб.

Ю. Р.: — Але проблеми є не тільки зі сторони України. Адже європейський ринок, незважаючи на всі декларації про вільну торгівлю, є дуже протекціоністський. Там є свої власні великі потужні виробники. Ключовим є Аргентина, яка забезпечує понад 60 % усього європейського імпорту.

Україна ж, як не член Євросоюзу, змушена платити додаткові митні стягнення при експорті, а це близько 17,5 %, що дуже відчутно знижує конкурентоспроможність товару.

Т. В.: — Якраз отут і потрібна значна підтримка держави. Потрібна пріоритетна політика щодо потенційних експортерів, необхідна їх підтримка як всередині держави, так і, шляхом дипломатичних домовленостей, за кордоном.

ФОТО РУСЛАНА КАНЮКИ / «День»



Унікальність українського меду в тому, що він зроблений традиційно, «з любов'ю», переконані вітчизняні пасічники...

Ю. Р.: — Численні переговори із закордонними партнерами зводяться до тої ж таки сировини. Пропонується схема ланцюжка, в якому Україні дістається «хвіст». Тобто нам дають ціну за саму сировину, а це до 20% доданої вартості меду, основна ж маса грошей відходить до двох великих агентів — одному великому пакувальнику й одному великому рітейлеру в Європі. А нас це, цілком зрозуміло, не влаштовує. Навіщо ж тоді Україні здобувати перші місця у змаганнях з якості медової продукції, якщо не отримувати з цього дивідендів. Добре, вони напишуть, що то Україна, що то є найкращий у світі продукт, але ж від того, як то кажуть, «ні холодно, ні тепло» вітчизняному бджільництву. Тут мають бути принципово інші підходи. Нам потрібно збудувати власний ланцюжок. Потрібен український виробник, український пакувальник і український рітейлор. Конкретні бізнесмени, які продаватимуть мед в банці з етикеткою, де буде написано «product of Ukraine». Ми зараз активно займаємось пошуком зацікавленого вітчизняного інвестора.

— Скільки втрачає Україна, екпортуючи мед не під власним брендом?

Ю. Р.: — Вартість кілограма хорошого акацієвого меду, який закуповується в трейдерів в Україні, становить близько 2—3 дол. У Європі такий продукт буде продаватися вже за 25 євро. Україна й 10% вартості не отримує.

— У США бджолярам платять за запилення сільськогосподарських угідь. Скажіть, чи є такі приклади в Україні?

Ю. Р.: — У США головне джерело прибутків бджолярів — саме комерційне запилення. Вони отримують кошти за кожен вулик. Але це не державні кошти. Це контракти між фермерами і бджолярами. Ми знайомі з професором університету Флориди, який розробляв ці типові договори. Підтримуємо спілкування з цим науковцем, оскільки наша мета — поширити таку співпрацю в Україні.

Т. В.: — Подекуди комерційна співпраця між бджолярем і фермером є й в Україні. Але це скоріше одиничні випадки. Співпраця спостерігається у зворотному порядку, ніж в США. Бджоляр ставить вулик на запилення і має мед, тому фермер вимагає, щоб пасічник ще йому доплатив за те, що той зібрав продукт з його поля.

— Що ж до технічної сторони забезпечення бджільництва, українські бджолярі використовують приладдя вітчизняного виробництва чи все ж таки імпортного?

Т. В.: — Українські пасічники використовують переважно реманент вітчизняного виробництва. Ми маємо декількох серйозних потужних підприємств, які випускають таке обладнання. Але, на нашу думку, воно потребує вдосконалення.

Ю. Р.: — Ми отримуємо багато пропозицій, щодо будівництва на Україні підприємства, яке випускатиме бджолярський реманент, зокрема, від Кореї. Якщо взяти до уваги, що ця країна володіє найбільш прогресивними технологіями у цій галузі, то для них Україна є цікавим плацдармом для виходу на європейський ринок.

— Чи існують в Україні якісні освітні центри, які навчають ремеслу бджолярства?

Т. В.: — Україна втратила спеціальність «бджоляр». Є в нас дуже потужний аграрний університет, який має кафедру бджільництва, але він не випускає фахівців-пасічників. Ми маємо багато бджільницьких шкіл, є така спеціальність на рівні професійно-технічних училищ, які випускають фахівців середнього рівня. А от вища школа не випускає фахових українських пасічників. Проблема ще й у тому, що контингент українських бджолярів — це люди переважно літнього віку. Але ми латаємо цю дірку. У всіх наших осередках залучаємо до громадської роботи дітей бджолярів. Наша організація вже двічі провела курси підвищення кваліфікації для 120 пасічників. На цей рік такі курси ми плануємо вже провести для 500 осіб, але ж це лише 0,1% українських пасічників.

Треба відновити спеціальність бджоляр у вищій школі, бо без такої підготовки немає розвитку галузі. Бджолярство потребує ефективних менеджерів, яких українська освітня система, на жаль, сьогодні не готує.

— Ваш рецепт перемоги від бджільництва для інших галузей України?

— Потрібен оптимізм. Україна може здобувати перші результати не лише в бджільництві, спорті та скандальній політиці. На нашу думку, майбутнє українців — за аграрним сектором. Усі європейці кажуть, що Україна — це «bread basket for Europe». Світові тенденції говорять про те, що питання енергії і металів потихеньку відходить в минуле, а економіка все більше й більше орієнтується на продукти харчування. І нове наукоємке сільське господарство визначатиме конкурентоспроможність країн у XXI столітті. У цій галузі ми володіємо колосальним потенціалом. Тож не потрібно зациклюватись на своїх проблемах. Треба відшукувати сильні сторони й розвивати їх.

№180, четвер, 8 жовтня 2009