

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ АПК

УДК 338.439.5:339.166.82(477)

Р. П. МУДРАК,
*доцент, доктор экономических наук,
завкафедрой маркетинга
Уманского национального университета садоводства*

ЭКСПОРТ УКРАИНСКОГО ПРОДОВОЛЬСТВИЯ: СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ, ПРИЧИНЫ

Исследовано положение украинского экспорта продовольственных товаров. Определены проблемы сырьевого характера отечественного продовольственного экспорта при одновременном увеличении импорта готовых пищевых продуктов. Сделаны предположения относительно внутренних и внешних причин исследуемого явления и предложены способы их устранения.

Ключевые слова: экспорт, импорт, сальдо, продовольственное сырье, готовые пищевые продукты, внутренний рынок, структурные диспропорции, качество, международный маркетинг.

R. P. MUDRAK,
*Ass. Professor, Doctor of Econ. Sci.,
Head of the Department of Marketing,
Uman' National University of Horticulture*

THE EXPORT OF UKRAINIAN FOOD PRODUCTS: STATUS, TRENDS, CAUSES

The state of the export of Ukrainian food products is studied. Along with the positive dynamics of the foreign trade food balance, the author emphasizes the problem of the primary nature of food products of the domestic food export, with the increasing of imports of processed food products. The author conjectures about internal and external causes of the studied phenomenon.

Keywords: export, import, trade balance, primary food products, processed food products, domestic market, structural imbalances, quality, international marketing.

Завершающий этап углубления международной интеграции развитых стран Запада, по крайней мере в Европе, происходил в XX в. в течение 50 лет, когда экономический протекционизм воспринимался еще достаточно терпимо. Это обеспечило необходимое время и условия для того, чтобы эволюционным способом сформировать мощный, в международном сравнении, класс конкурентоспособных национальных предпринимательских структур. Радикальная либерализация международной торговли охватила большинство развитых стран уже тогда, когда у них произошел переход от IV к V технологическому укладу, ознаменовавшему начало формирования постиндустриальных экономик. Это – инновационные экономики с недостижимым (для развивающихся стран) уровнем конкурентоспособности.

Сравнивая исторический опыт Украины и развивающихся стран, мы можем только отметить, что, к сожалению, при отсутствии достаточных времени и условий боль-

Мудрак Руслан Петрович (Mudrak Ruslan Petrovich) – e-mail: mrp1974@ukr.net.

шинство экономических преобразований, касающихся интеграции отечественной экономики в глобальное пространство, носят революционный характер. Украина находится на марше – незавершенность внутренних социально-экономических преобразований совпала во времени с объективной необходимостью ее интеграции в международные хозяйственные структуры. Это создает достаточно обоснованные риски превращения нашей экономики в сырьевой придаток развитых стран.

Внешняя торговля украинской экономики, динамика ее количественных и качественных параметров, формирование многовариантных прогнозов развития процесса и многое другое являются актуальными вопросами науки и практики. Среди научных трудов, посвященных их исследованию, необходимо выделить работы О.Г. Белоруса, Т.П. Вахненко, В.И. Власова, В.М. Гейца, А.С. Гальчинского, С.Н. Кваши, Т.А. Осташко, Я.А. Жалило, Е.В. Шубравской и других.

В то же время результаты внутренних социально-экономических преобразований украинской экономики, а также контуры будущей глобальной экономики и место в ней современной Украины представляют собой многовариантные прогнозы. Таким образом, состояние экспорта отечественного продовольствия как одного из наиболее критических жизненных ресурсов человека требует постоянного исследовательского внимания.

Цель статьи – выяснить состояние и тенденции украинского продовольственного экспорта, выявить проблемные моменты, установить их вероятную причину и предложить возможные способы решения.

Экономическая глобализация находится в активной фазе. Становится очевидным, что при условии сохранения мирного мирового процесса либерализация внешней торговли является безальтернативным вариантом развития даже для таких геополитических гигантов, как США, Европейский Союз, Российская Федерация или Китай. Открытым вопросом остаются только географические контуры новых мега-экономических проектов. Независимо от того, какой из них будет воплощен в жизнь, очередной этап углубленного международного разделения труда создает новую мировую экономическую карту. Вероятно, процесс формирования центра, полупериферии и периферии на долгие годы закрепит соответствующие экономические роли за странами – членами этих объединений.

В контексте развития интеграционных процессов, руководствуясь здравым смыслом и объективными характеристиками ресурсного потенциала отечественной экономики, перед украинским обществом необходимо поставить две задачи – тактическую и стратегическую:

1) тактическая (согласно международной макроэкономической классификации, украинская экономика относится к категории “малая открытая”, а согласно классификации по динамике платежного баланса – “молодая нация-должник”) – среднесрочной задачей будет не скатиться в сырьевую “периферию”, а закрепить себя в нише “полупериферия”;

2) стратегическая (с учетом того, что украинской экономике удалось сохранить высокотехнологичные отрасли: ракетно-космическую, авиастроение, атомную энергетику, ВПК, биотехнологии и т. д.) – в долгосрочной перспективе Украина должна стать одним из ведущих европейских государств, то есть войти в группу “центр”.

В первую очередь необходимо оценить, насколько близка украинская экономика к достижению определенной тактической цели. В качестве оценки возьмем динамику сальдо внешней торговли Украины и его структуру (табл. 1). Как видно, проблемы начались в 2005 г. – было зафиксировано отрицательное торговое сальдо (в 2001–2003 гг. положительный баланс достигался только благодаря экспорту продовольствия).

Таблица 1

Сальдо внешней торговли Украины и его структура *

Показатели	Годы											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Сальдо внешней торговли (млрд. дол.).....	0,49	0,98	0,06	3,68	-1,91	-6,67	-11,32	-18,57	-5,74	-9,34	-14,21	-10,11
в том числе:												
продовольственными товарами....	0,71	1,28	0,56	1,56	1,62	1,55	2,18	4,38	4,58	4,17	6,46	5,69
за исключением продовольственных товаров.....	-0,22	-0,29	-0,50	2,11	-3,53	-8,22	-13,50	-22,95	-10,32	-13,51	-20,67	-15,81
Доля продовольствия в общем экспорте (%).....	11,3	13,3	11,8	10,6	12,6	12,3	12,8	16,2	24,0	19,3	18,7	23,1

* Внешнеэкономическая деятельность : статистическая информация / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.

Рост доли продовольствия в общем экспорте следует расценивать как положительное явление (рис. 1). С одной стороны, он указывает на то, что Украина реализует свои сравнительные преимущества, имеющиеся в секторе производства аграрной продукции, с другой – продовольственный сектор украинской экономики служит не только буфером, который смягчает последствия замедления роста или экономической рецессии, но и локомотивом экономического развития.



Рис. 1. Динамика экономического роста и сальдо внешней торговли продовольственными товарами Украины *

Внешнеэкономическая деятельность : статистическая информация / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm;
Национальные счета : статистическая информация / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/nac_r.htm.

Более детальный анализ, кроме положительной количественной характеристики украинского продовольственного экспорта, выявил проблемы с его качеством (в первую очередь структурные).

Главной проблемой украинского продовольственного экспорта остается преимущественно его сырьевая направленность (табл. 2). Так, в 2012 г. на долю только двух товарных групп пришлось 48,9% экспорта: зерновые культуры (39,1%), семена

и плоды масличных культур (9,8%). Эти показатели полностью отражают тенденцию предыдущих лет, которая в будущем, очевидно, будет только усиливаться.

Таблица 2

Сальдо внешней торговли Украины продовольственными товарами согласно УКТВЭД *

(млн. дол.)

Товарная группа	В среднем по годам			
	2001–2003	2004–2006	2007–2009	2010–2012
Живые животные; продукты животного происхождения.....	281,2	104,5	-533,8	-442,1
Продукты растительного происхождения.....	434,7	1048,7	2918,5	4304,2
Жиры и масло животного или растительного происхождения....	274,2	520,0	1361,5	2966,3
Готовые пищевые продукты.....	-142,9	-96,0	-34,4	168,6

* Внешнеэкономическая деятельность : статистическая информация / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.

В то же время сальдо внешней торговли готовыми пищевыми продуктами демонстрирует очень нестабильную динамику. Как показывает рисунок 2, нет никакой гарантии, что успех 2012 г. с положительным сальдо на уровне 274 млн. дол. повторится в будущем.



Рис. 2. Динамика сальдо внешней торговли готовыми пищевыми продуктами

Внешнеэкономическая деятельность : статистическая информация / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.

Проблема преимущественно сырьевого экспорта состоит в том, что страна на внешнем рынке торгует продукцией с низкой долей добавленной стоимости, а импортирует продукцию с высокой ее долей. Разница в стоимостях – это трансграничный налог, который платит государство – сырьевой экспортер. Он направляется на развитие перерабатывающих отраслей и создание дополнительных рабочих мест в странах, которые в обмен на украинское сельскохозяйственное сырье ввозят нам промышленные полуфабрикаты и готовую продукцию.

Дальнейший анализ помог установить товарные продовольственные группы, на долю которых приходится больше всего импорта (табл. 3). Для этого мы взяли две секции продовольственных товаров: “I. Живые животные; продукты животного происхождения” и “IV. Готовые пищевые продукты” (с отрицательным сальдо внешней торговли) и исследовали их в разрезе всех товарных групп, которые к ним относятся. Сюда следует добавить товарную группу “Съедобные плоды и орехи; цитрусовые” из секции “II. Продукты растительного происхождения”, которая в те-

ние исследуемого периода также демонстрирует отрицательное сальдо внешней торговли. Как видим, готовые пищевые продукты и продовольственные товары с высокой степенью переработки являются главными факторами, уменьшающими показатель чистого сектора.

Таблица 3

Ранжирование групп продовольственных товаров по размерам накопленного сальдо внешней торговли Украины за 2001–2012 гг. *

Товарная группа согласно УКТВЭД	Кумулятивный показатель сальдо (млн. дол.)	Ранг
Рыба и ракообразные.....	-4039,1	1
Разные пищевые продукты.....	-3181,4	2
Съедобные плоды и орехи; цитрусовые.....	-2857,8	3
Табак.....	-2592,0	4
Мясо и пищевые субпродукты.....	-1859,0	5
Продукты из мяса и рыбы.....	-673,8	6
Живые животные.....	-511,5	7
Продукты переработки овощей, плодов.....	-137,3	8
Другие продукты животного происхождения...	5,0	9
Сахар и кондитерские изделия из сахара.....	500,1	10
Продукты из зерновых культур.....	950,9	11
Какао и продукты из него.....	1165,0	12
Алкогольные и безалкогольные напитки, уксус	1634,7	13
Остатки и отходы пищевой промышленности..	2019,2	14
Молоко и молочные продукты, яйца; мед.....	4631,7	15

* Внешнеэкономическая деятельность : статистическая информация / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.

Исследование причин данного явления принесло достаточно неожиданный, хотя вполне логичный результат – периоды роста импорта продовольствия выявляют прямую связь с периодами повышения темпов экономического роста украинской экономики (рис. 3).



Рис. 3. Динамика экономического роста украинской экономики и импорта продовольствия

Внешнеэкономическая деятельность : статистическая информация / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm;
 Национальные счета : статистическая информация / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/nac_r.htm.

Для проверки данного допущения был проведен корреляционно-регрессионный анализ. Результативным признаком (Y) выбран “импорт готовых пищевых про-

дуктов, съедобных плодов и орехов, цитрусовых” (млн. дол.). Факторные признаки: x_1 – потребление мяса и мясопродуктов (кг/год на 1 чел.); x_2 – потребление рыбы и рыбных продуктов (кг/год на 1 чел.); x_3 – потребление плодов, ягод и винограда (кг/год на 1 чел., % к предыдущему году); x_4 – экономический рост (ВВП в постоянных ценах к предыдущему году, %).

Значение третьего фактора пришлось взять в относительных показателях, поскольку его абсолютные величины выявляли коллинеарность с фактором x_2 . Результаты обработки данных на ЭВМ следующие:

- 1) коэффициент корреляции: $R = 0,938$ – плотность связи высокая;
- 2) коэффициент детерминации: $R^2 = 0,879$ – переменчивость функции на 87,9% определяется переменчивостью выбранных факторов;
- 3) критерий Фишера: $F_\phi = 12,718$; $F_\kappa = 4,12$; $F_\phi > F_\kappa$. Таким образом, нулевая гипотеза об отсутствии связи между показателями отбрасывается – модель адекватна реальности;
- 4) критерий Стьюдента: $t_\phi = 23,45$; $t_\kappa = 2,365$; $t_\phi > t_\kappa$. Таким образом, нулевая гипотеза о незначительности коэффициента регрессии отбрасывается – он статистически значим;
- 5) критерий Дарбина – Уотсона: $DW_\phi = 2,293$; $DW_{н.м.} = 0,69$; $DW_{в.м.} = 1,97$; $DW_\phi > DW_{в.м.}$. Таким образом, принимается гипотеза об отсутствии автокорреляции;
- 6) критерий Пирсона: $\chi_\phi^2 = 9,504$; $\chi_\kappa^2 = 12,592$; $\chi_\phi^2 < \chi_{кр.}^2$. Таким образом, в массиве регрессоров мультиколлинеарность отсутствует;
- 7) уравнение регрессии: $Y = -5971,2 + 108x_1 + 92,594x_2 + 6,537x_3 + 13,356x_4 + e$.

Таким образом, наше предположение подтвердилось. При ускорении темпов экономического роста, сопровождающегося увеличением объемов потребления населением ценных пищевых продуктов, их импорт также увеличивается. В первую очередь, это свидетельствует о наличии дефицита указанной продукции на внутреннем рынке, который отечественные производители в периоды роста потребительского спроса не в состоянии перекрыть увеличением соответствующего предложения. Главная причина этого явления заключается в структурных диспропорциях отечественной экономики – преобладании отраслей группы “А” над отраслями группы “Б” [1]. Основная часть валовой добавленной стоимости национальной экономики формируется в отраслях, производящих промежуточные товары (сельскохозяйственное и промышленное сырье, полуфабрикаты, продукцию химической, металлургической и машиностроительной отраслей и т. д.), многие из них экспортируются. Полученный собственниками капитала и наемными работниками доход направляется на покупку конечных товаров, которых не хватает в периоды увеличения темпов экономического роста. Логическим продолжением дефицитов товаров конечного назначения является возникновение структурной инфляции, бороться с которой монетарными инструментами невозможно.

Улучшение качества структуры отечественного продовольственного экспорта необходимо обеспечить за счет: 1) технической модернизации перерабатывающей промышленности; 2) увеличения объемов производства качественного сырья; 3) активизации международного маркетинга.

Техническая модернизация перерабатывающей промышленности

Стратегической целью реформирования отечественной перерабатывающей промышленности должно стать производство конкурентоспособной (на международном и внутреннем рынках) продукции. Этого можно достичь только путем тех-

нической модернизации промышленных предприятий и их перехода на международные стандарты качества.

Нормативное обеспечение для решения данной задачи заложено в Распоряжении Кабинета Министров Украины *. Документ предусматривает несколько вариантов развития промышленности. Однако общей проблемой для них является дефицит ресурсов. В Украине насчитывается около 550 мясоперерабатывающих предприятий. Согласно косвенным расчетам **, для переработки 5100 тыс. т мяса необходимо около 130 мясокомбинатов. Исходя из польского опыта ***, для их технической модернизации необходимо как минимум 256 млн. евро, или 2795,5 млн. грн. (по официальному курсу ****). Не меньше инвестиций необходимо предприятиям молокоперерабатывающей, сахарной, крахмало-патоковой, кондитерской, рыбоперерабатывающей и других отраслей продуктового подкомплекса АПК. Конечно, такие объемы финансирования неподъемны для государственного бюджета. Наиболее вероятными могут быть два пути: первый основывается на создании государством благоприятных условий для привлечения частных инвестиций, второй — на проведении активной структурной политики государства (повышении уровня капитализации предприятий продуктового подкомплекса АПК благодаря полному и своевременному выполнению государством своих обязательств по закупке законтрактованной промышленной продовольственной продукции — для обеспечения функционирования бюджетных учреждений, потребностей вооруженных сил страны, увеличения или обновления государственных материальных резервов, функционирования программ продовольственной помощи малообеспеченным и т. д.).

Увеличение объемов производства качественного сырья

Сама по себе техническая модернизация предприятий пищевой промышленности не способна полностью решить проблему производства продуктов питания, соответствующих международным стандартам безопасности и качества. Не менее сложной задачей является наращивание объемов производства высококачественного сельскохозяйственного сырья, особенно животноводческого. Об этом свидетельствует хозяйственная практика иностранных компаний, которые вложили свой капитал, высокие технологии и опыт в украинскую перерабатывающую промышленность. Например, французская группа компаний "Lactalis Group", владелец брэнда "President", приобрела Николаевский молокоперерабатывающий завод и ООО "Молочный дом" (Павлоград). Под управлением французских собственников заводы прошли полное техническое и технологическое переоборудование. Держа курс на обеспечение качества и пищевой безопасности продукции, персонал предприятий прошел обучение по системе менеджмента безопасности, навыкам внутренних аудитов. Внедрена и постоянно работает система HACCP (англ. Hazard Analysis and Critical Control Point — система анализа рисков, опасных факторов и контроля критических точек), сертифицирована интегрированная система менеджмента качества и безопасности пищевых продуктов согласно требованиям стандартов ISO 9001 и ISO 22000, а также си-

* Про схвалення Концепції Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.07.2013 № 603-р // Офіційний вісник України. — 2013. — № 66. — С. 126.

** Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 19.09.2007 № 1158 // Економіка АПК. — 2007. — № 11. — С. 13.

*** Для технической модернизации и внедрения международной системы качества из бюджета аграрного фонда ЕС Польше было выделено в среднем по 2 млн. евро на каждый мясокомбинат, попавший в европейскую программу технической помощи.

**** Офіційний курс гривні щодо іноземних валют [Електронний ресурс]. — Режим доступа : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/curmetal/detail/currency?period=daily>.

стема управления качеством ISO 9001: 2009. Успешно работает программа отслеживания продукции по всей цепочке производства для оптимального контроля сырья и готовой продукции*. Ежегодно сертификацию проводит швейцарская компания SGS. Однако, несмотря на это, львиная доля экспорта продукции предприятия приходится на страны СНГ (Казахстан, Молдову).

Французская группа компаний “Groupe Danone”, выкупившая 3 украинских молокоперерабатывающих завода (херсонский “Родич”, ПАО “Кременчугский городской молокозавод” и киевский “Галактон”), инвестировала в них более 30 млн. евро. За счет этих средств были проведены полная реконструкция и модернизация производственных мощностей, что также дало возможность внедрить и сертифицировать интегрированную систему менеджмента качества и безопасности по международным стандартам. Однако это не позволило решить одну из главных проблем — доступ к качественному сырью. Молочная продукция, произведенная из молока личных крестьянских хозяйств, не может экспортироваться в страны с жесткими санитарно-гигиеническими требованиями даже при условии создания зоны свободной торговли Украина — ЕС. Как сообщает пресс-служба “Данон Украина”, продукция украинских молокозаводов, входящих в группу, не экспортируется. Компания предпринимает шаги по уменьшению дефицита качественного сырья (в частности, инициирование, техническую и финансовую поддержку проектов по созданию молочных кооперативов, семейных ферм и строительства собственных молочных ферм, где качество молока обеспечивается соответствующими европейскими технологиями). Однако, по словам Д. Маркетти, “...дефицит сырья в Украине — это проблема не отдельных компаний, а рынка в целом” [2]. Отметим, что в нашей стране на промышленную переработку молочного сырья высшего сорта сдается не более 10% от общего объема. Решение данной проблемы возможно только в контексте системных изменений, которые должны предполагать полноценное реформирование аграрного сектора экономики и механизмов его государственной поддержки, направленных на обеспечение перерабатывающих предприятий качественным отечественным сырьем.

Активизация международного маркетинга

Рынки развитых стран (в частности, ЕС) привлекательны благодаря высокой покупательной способности их населения. Это главная причина интенсивной конкурентной борьбы на них. Не секрет, что такие рынки имеют относительно устойчивую структуру предложения — свободных ниш нет, поэтому проникнуть туда сложно. Это значит, что выпуска продукции, которая бы соответствовала международным стандартам качества, недостаточно для экспорта украинских готовых продовольственных товаров на рынки развитых стран. В отличие от аграрных, торгующих сельскохозяйственным сырьем, у украинских продовольственных компаний нет за границей сформированной сети каналов распределения, поскольку там их продукция не имеет сбыта (исключением является продажа в страны ЕС в ограниченном количестве и ассортименте продовольственной продукции — подсолнечного масла, водки, шоколада). Это существенно усложняет задачу проникновения, поскольку убеждать в конкурентных преимуществах украинской продукции нужно не только конечных потребителей, но и профессиональных рыночных посредников.

Как обеспечить узнаваемость украинских продовольственных товаров на зарубежном рынке, их выгодное (по сравнению с аналогичными местными или другими

* Лакталіс в Україні [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://lactalis.com.ua/ua/about/inUkraine>.

импортными товарами) позиционирование, предпочтение промежуточных и конечных покупателей и т. д.? Решение проблемы следует рассматривать в ключе развития международной рекламной кампании, первым этапом которой должно стать создание позитивного международного имиджа страны происхождения товара – Украины.

Иностранные граждане очень мало знают о нашей стране – такой результат опроса, проведенного корреспондентами «Радио «Свобода»» в 2011 г. Согласно опросу граждан более 20 стран мира, преимущественно молодежи, выяснилось, что после 20 лет независимости только 5% опрошенных лишь приблизительно знали, где расположена наша страна, половине было известно, что в Европе. Остальные почти ничего не могли сказать об Украине, только слышали такое название [3]. Другое исследование позволило выяснить восприятие нашей страны именно жителями европейских стран – почти 64% респондентов онлайн-опроса никогда не интересовались нашим государством или помнят только отдельные факты из новостей о ней. По мнению европейцев, в категории «Этнические стереотипы» наименее характерными чертами украинцев являются толерантность (38%), креативность (36%) и надежность (35%). В категории «Характеристики Украины» в наименьшей степени наша страна ассоциируется у иностранцев с личной безопасностью: только 25% считают, что в Украине безопасно или преимущественно безопасно. В категории «Составляющие современного имиджа Украины» инвестиционно привлекательной нашу страну считают 25% респондентов. В категории «Факторы восприятия Украины» на позитивное восприятие нашей страны наименьшим образом влияют: доступность товаров широкого потребления (24%) и простота ведения бизнеса (23%). В категории «Известные украинцы» не был назван ни один отечественный бизнесмен. В категории «Какой европейцы хотят видеть Украину» респонденты отметили необходимость решения экологических проблем.

Это достаточно тревожная информация, поскольку целевая аудитория исследования состояла из тех категорий респондентов, которые формируют общественное мнение и принимают окончательное решение о возможности ведения совместного с украинскими компаниями бизнеса:

- иностранные туристы, которые часто путешествуют;
- собственники предприятий, высший и средний менеджмент;
- чиновники, имеющие влияние на формирование общественного мнения;
- жители крупных городов;
- представители СМИ*.

Главной причиной предвзятого отношения иностранцев к нашей стране является то, что на имиджевую политику Украины выделяется значительно меньше средств, чем в других странах мира. Если в 2010 г. на продвижение брэнда «Украина» было потрачено 8 млн. дол., то на международный имидж Болгарии – 23 млн. дол. [3], хотя Украина больше Болгарии по количеству населения и ВВП – соответственно, в 6,2 и 3,2 раза.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

- 1) украинская экономика наращивает экспорт продовольствия (преимущественно сельскохозяйственного сырья);
- 2) для увеличения доли конечных продовольственных товаров в структуре украинского продовольственного экспорта необходимо:

* Ukraine: дослідження сприйняття України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://brandukraine.org/k/>.

а) к безотлагательным задачам государственной экономической политики отнести меры, направленные на улучшение инвестиционного климата в агропродовольственном комплексе (для технической модернизации его промышленных предприятий и обеспечения их перехода на выпуск продукции, соответствующей международным стандартам безопасности и качества);

б) со стороны государства гарантировать полное и своевременное финансирование закупки законтрактованной промышленной пищевой продукции;

в) включить в перечень защищенных бюджетных статей расходы на государственную поддержку развития животноводства и биологического земледелия, а также объединение производителей в сельскохозяйственные обслуживающие кооперативы, другие организационные структуры с функциями улучшения обеспечения перерабатывающих предприятий качественным сырьем;

г) усилиями частного и государственного секторов развернуть международную рекламную кампанию по продвижению бренда “Украина”.

Список использованной литературы

1. Мудрак Р.П. Проблема продовольчого забезпечення населення в контексті структурних диспропорцій національної економіки // Економіка АПК. – 2009. – № 9. – С. 50–55.

2. Интерв'ю Генерального директора Данон Україна Даріо Маркетті журналу “Експерт” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://danone.ua/ua/media-center/danoneinmedia/id/intervju-generalnogo-direktora-danon-ukraina-dario-marketti-zhurnalu-ekspert-061/>.

3. Білаш Д. Іноземці нічого не знають про Україну [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24306020.html>.

References

1. Mudrak R.P. *Problema prodovol'chogo zabezpechennya naseleण्या v konteksti strukturnykh dysproportsii natsional'noi ekonomiky* [The problem of food supply to the population in the context of structural imbalances of the national economy]. *Ekonomika APK – Economy of AIC*, 2009, No. 9, pp. 50–55 [in Ukrainian].

2. *Interv'yu General'nogo dyrektora “Danon Ukraina” Dario Marketti zhurnalu “Ekspert”* [The interview of the General Director of “Danone Ukraine” Dario Marketti given to journal “Ekspert”], available at: <http://danone.ua/ua/media-center/danoneinmedia/id/intervju-generalnogo-direktora-danon-ukraina-dario-marketti-zhurnalu-ekspert-061/> [in Ukrainian].

3. Bilash D. *Inozemtsi nichogo ne znayut' pro Ukrainu* [Foreigners know nothing about Ukraine], available at: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24306020.html> [in Ukrainian].

Статья поступила в редакцию 3 января 2014 г.