

*Ю.Є. КИРИЛОВ, кандидат економічних наук, доцент  
Державний вищий навчальний заклад  
«Херсонський державний аграрний університет»*

## Бренд «Житниця Європи»: міф чи реальність

**Постановка проблеми.** Інтенсифікація процесів глобалізації, які є основною закономірністю формування сучасної світової системи господарювання, неоднозначно впливає на розвиток національних соціально-економічних систем. Особливої актуальності набуває проблема визначення місця кожної національної економіки у глобальній економічній системі. Формою прояву місця національної економіки у світогосподарській системі, засобом посилення її міжнародної конкурентоспроможності є сформований бренд країни. Великого значення проблема формування бренду набуває на стадії трансформаційних перетворень. Правильно сформований та визнаний світом бренд країни дає їй змогу брати участь у вирішенні питань глобального характеру завдяки підвищенню політичного й економічного впливу; допомагає здобути міжнародний авторитет і довіру інвесторів; стає інструментом, який сприяє налагодженню міцних міжнародних партнерських стосунків, підвищенню добробуту своїх громадян, розв'язанню соціально-економічних проблем усередині країни.

У періодичних виданнях та наукових публікаціях аграрного спрямування досить поширеною є теза про Україну як "житницю Європи й світу". Отже, проаналізувавши підґрунтя цього висловлювання, підтвердити або спростувати його та, відповідно, зробити висновки щодо доцільності просування такого бренду.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** За останні 20 років накопичено певний досвід, у тому числі й національний, уза-

гальнивши який можна вже говорити про теорію національного брендингу. Над її удосконаленням працюють такі науковці та практики, як С. Анхольт [3], Ф. Котлер [14], В. Мірошніченко [16], Т. Нагорняк [17], А. Старостіна [21], В. Тарнавський [23]. Різним аспектам функціонування зернового ринку України, дослідженням його експортного потенціалу присвячені праці В. Власова [5], С. Кваші [12], П. Саблука [19], Л. Худолій [26] тощо. Проте у науковій літературі відсутній ґрунтовний аналіз можливості брендингу нашої країни, зважаючи на її аграрний потенціал.

**Мета статті** – визначення витоків та об'єктивних передумов використання висловлювання "Україна – житниця Європи", обґрунтування доцільності просування такого бренду в цій площині.

**Виклад основних результатів дослідження.** Одним із характерних явищ європейської історії до середини ХІХ ст. включно була нестача продуктів харчування, насамперед зерна, продукти з якого навіть на початку ХІХ ст. становили близько половини повсякденного раціону харчування [4, с. 108].

Неврожайні роки призводили до соціальних катаклізмів у державі та суспільстві. Як зазначав відомий дослідник Ф. Бродель, протягом багатьох століть голод у Європі «повертався з такою настирливістю, що став елементом біологічного режиму» [4, с. 45]. Значну роль у створенні несприятливих умов господарювання відіграв і так званий „малий льодовиковий період”, що тривав упродовж ХІV – ХІХ ст. У цей час голодні роки стали нормою для Європи: так, у ХVІ –

XVIII ст. тільки у Франції голод у масштабах цілої країни траплявся 40 разів.

Важливим чинником стало й те, що традиційні джерела зерна для Європи (Греція, Фракія, Єгипет) до XVI ст. повністю відійшли до Османської імперії, а відкриті землі в Новому Світі ще не були освоєні. Саме в цей час на продовольчу авансцену висунулися північні та східні околиці Європи і не в останню чергу Річ Посполита, що відвантажувала на експорт практично всю вирощену пшеницю, яка дуже цінувалася в європейських країнах. Саме в цей період формувалися економічні відносини польської держави й України та її освоєння польською шляхтою, що відіграло значну роль у подальшому духовно-політичному впливові Польщі на українські території [9].

Перше повідомлення про родючі землі, що тоді входили до складу польської держави, трапляється у польського історика і хроніста Матвія Меховського. У «Трактаті про дві Сарматії» (1517) він, описуючи територію сучасної України, вказував, що тамтешня земля «найбільш родюча в Європі й м'якше кліматом» [15]. Практично дослівно ця фраза повторюється через сто вісімдесят років французьким автором Гаспаром де Тенді, який служив при польському дворі [28]. Незважаючи на брак інформації та недосконалість механізмів її передачі, це твердження починає поширюватись і стає часто згадуваним у подорожніх нотатках, офіційних звітах тощо. Так, учасник походу Карла XII на Полтаву священник Йоганн Барділі писав про величезні врожаї пшениці в Україні, тому її з лишком вистачає й на виробництво хліба, і на алкогольні напої [27]. Донесення французьких агентів у 1771 та 1784 роках без зазначення джерела інформації повідомляють про «величезних, як вдома, буртах гниючої пшениці, якою можна було б про-

годувати всю Європу» і про таку дешевизну пшениці, що місцеві жителі відмовляються її вирощувати [4, с. 84-85]. До кінця XVIII ст. уявлення про неймовірну врожайність пшениці на українських землях стало аксіомою й знайшло відображення у наукових дослідженнях [30]. Водночас статистичні дані про врожайність зернових культур у Європі (табл. 1) спростовують цю тезу. Експерт у галузі європейського сільського господарства Б. Сліхер ван Бат усі європейські країни умовно поділив на чотири групи за рівнем урожайності. Так, до першої групи він відносив Англію і Нідерланди, до другої – середземноморські країни (у т. ч. Францію), до третьої – німецькі землі та країни Скандинавії. Польща й Росія – остання, четверта група, яка відзначається найнижчою врожайністю.

Україна за врожайністю протягом досить тривалого часу (середина XVI – перша чверть XIX ст.) поступалася Німеччині та Скандинавським країнам в 1,3 раза, Франції – в 1,5, Англії – у 2,1 раза. Однак хибна уява про українську пшеницю продовжувала існувати.

Легенда про Україну як європейську житницю також пов'язана з обсягами зерновиробництва в українському селі другої половини XIX – першого десятиліття XX ст., коли майже половину експорту хліба забезпечували поміщицькі й селянські господарства. На українських землях збирали 43% світового врожаю ячменю, 20 – пшениці та 10% – кукурудзи. Експорт української пшениці наприкінці XIX ст. й до початку Першої світової війни відігравав важливу роль в економіці Російської імперії. У 1910–1911 роках українські губернії виробляли 19,6 млн т зерна на рік, із них 4,9 млн т (майже чверть урожаю) йшло на експорт, насамперед у Німеччину [6, 29].

### 1. Середня врожайність зернових культур у країнах Європи

Рік	Країна	Середня врожайність, ц / га
1500–1820	Англія	8,8
1500–1820	Франція	6,3
1500–1820	Німеччина, Скандинавські країни	5,3
1550–1820	Східна Європа	4,1

Джерело: Сформовано за даними [5, с. 98-99].

Революційні аграрні перетворення більшовиків фактично зруйнували соціально-економічну структуру зернового господарства, тому "житниця Європи", особливо в умовах посушливого 1921 року, стала залежною від зернового імпорту, не маючи зерна для харчування населення, сіви й утримання худоби.

Динаміка зовнішнього товарообігу України за 1921–1924 роки характеризувалася зростанням, але наприкінці 1924 року вже простежувалася тенденція до її спаду, тому що експорт хліба зменшився. Експерти хлібного ринку вважали Україну традиційним експортером зерна. Колишня слава "європейської житниці" дала змогу загальносоюзним заготівельним конторам розглядати Україну як головного експортера хліба, враховуючи її географічне становище, наявність портів і мережу залізниць. "Чим торгує Радянська Україна?, – писав О.О. Золотарьов у 1925 році. – Звичайно, хлібом". Із загальної суми вивезених товарів на 93,6 млн крб. хліба продано на 85,1 млн крб., тобто 91%; до того ж майже 60 % усієї хлібної маси посідало жито, близько 22 – пшениця, 12 – ячмінь, 5% кукурудза. Наш вивіз у 1923–1924 роках був "житнім" [10].

Авторитетним дослідником зернового господарства цього періоду був А.Я. Альтерман. За його підрахунками, Україна впродовж другої половини 1920-х років, крім 1928-1929-х, вивозила на європейський ринок 227–250 млн пудів хліба, що на 165–180 млн пудів менше, ніж у 1910–1913 роках, а причиною такого спаду він вважав наслідки революційних змін на селі та знищення поміщицького землеволодіння, обмеження можливих верств селянства [2].

У 1928 році А.Я. Альтерман у своїй книзі опублікував дані, які розкривають структуру хлібного експорту, враховуючи також питому вагу вивезених зернових до союзних республік. Якщо дореволюційний хлібообіг був переважно пшенично-ячмінним (75% товарної маси), то непівський виявився пшенично-житнім (86%). Статистика українського хлібного ринку, яку розробив він, доводила про зменшення експортної частини, але з урахуванням вивезених обсягів до союзних республік, яка демонструвала по-

яву "житниці" союзного значення. Так, у 1923-1924 роках з України вивезено 248,5 млн пудів зерна, з них на внутрішній ринок – 80, до Білорусії й Росії – 83,4, на експорт – 85,1 млн пудів. Однак наступного року експорт зменшився до 42,5 млн, а у 1926-1927 роках зріс до 56,2 млн пудів, до сусідніх радянських республік вивезли відповідно 89,6 та 82,6 млн пудів зерна [1].

У 1925 році Україна як радянська житниця стала об'єктом союзних і експортних хлібозаготівель. Хлібний експорт посідав половину вартості сільськогосподарського експорту, тобто відносно високий урожай вирівняв диспропорції структури експорту. Основними споживачами українського зерна були європейські країни. Так, у 1925-1926 роках пшеницю вивозили переважно до Англії, Італії, Бельгії, Франції; жито – до Швеції, Німеччини, Голландії, Англії; ячмінь – до Англії, Німеччини, Бельгії, а кукурудзу – до Англії, Швеції й Франції [1, с. 43].

Вважалося, що хлібний експорт для державно-кооперативних господарств був рентабельним, враховуючи мізерні заготівельні ціни для селян та експортні, але динаміка валютної виручки показувала про його нестабільність. Експортні можливості України були обмежені. Вона не спромоглася за роки непу досягти навіть половини довоєнних обсягів вивезення зерна, отже, перестала бути "житницею Європи".

Недорід зернових культур в Україні у 1928 році через вимерзання посівів негативно вплинув на хлібозаготівлі й експорт.

У статті В.М. Соловейчика (1928) зазначалося, що зернові культури становили 31–38% вартості валової сільськогосподарської продукції, а товарність не досягала навіть третини гуртового збору [20]. Він підкреслював нестабільність зернового експортного ресурсу, який мав тенденцію до зменшення.

Таким чином, з'ясувавши обсяги експорту українського зерна у роки нової економічної політики та порівнявши його з довоєнним періодом, необхідно констатувати незаперечний факт їх катастрофічного спаду. Лише у 1923 і 1926 роках Україна досягла четвертої частини довоєнного обсягу експорту, а в наступні роки – показник став доволі низьким. Обсяги зерна УРСР у 20-х роках

XX ст. на експорт не могли конкурувати з пропозицією основних світових виробників – США, Канадою, Аргентиною, Австралією. Традиційно, як і до 1913 року, споживачами українського хліба були європейські країни – Англія, Німеччина, Італія, Франція, Швеція, Голландія, але це були невеликі партії зерна. Україна, починаючи від Першої світової війни та особливо протягом революції й виснажливої громадянської війни, втратила славу “європейської житниці”.

Після закінчення Другої світової війни ідея про Україну як житницю Європи віді-

йшла у тінь. Інтерес до українського аграрного виробництва поживався після утворення Євросоюзу, передусім із боку Німеччини та Австрії. У німецькій діловій пресі періодично друкуються статті під заголовками: «Житниця Східної Європи пропонує гігантські можливості», «Повернення європейського зерносховища» тощо.

Досліджуючи виробництво зернових культур у сучасній Україні та країнах ЄС, їхні валові збори (табл. 2), врожайність, посівні площі, не можна безапеляційно стверджувати про статус «житниці Європи».

## 2. Порівняльна таблиця валового збору зернових культур в Україні та провідних країнах ЄС за 2001–2009 рр., тис. т

Рік	Україна	Франція	Німеччина	Польща	Іспанія	Італія
2001	39706	60236,6	49686,4	26960,3	18049,9	19933,2
2002	38804	69656,6	43391,3	26877,3	21710,3	21248,4
2003	20234	56441,4	38552,7	23600,5	19363,3	18751,3
2004	41809	70516,6	51110,3	29635,1	24808,9	23283,2
2005	38016	64103,7	45980,2	26927,9	14225,7	21423,2
2006	34258	61584,1	43474,8	23177,9	19035,6	20206,6
2007	29295	59329,8	40632,1	27142,8	24484,4	20350,6
2008	53290	70075,1	50104,9	27664,3	23904,0	21624,5
2009	46028	70040,0	49748,2	29826,5	17871,8	17391,6

Найбільший експорт зернових, вирощених в Україні, припадає на Євросоюз (табл. 3, рис. 1-2). У 2012 році на ринок ЄС

поставлено 7,7 млн т зерна на суму 1,9 млрд дол. США [26].

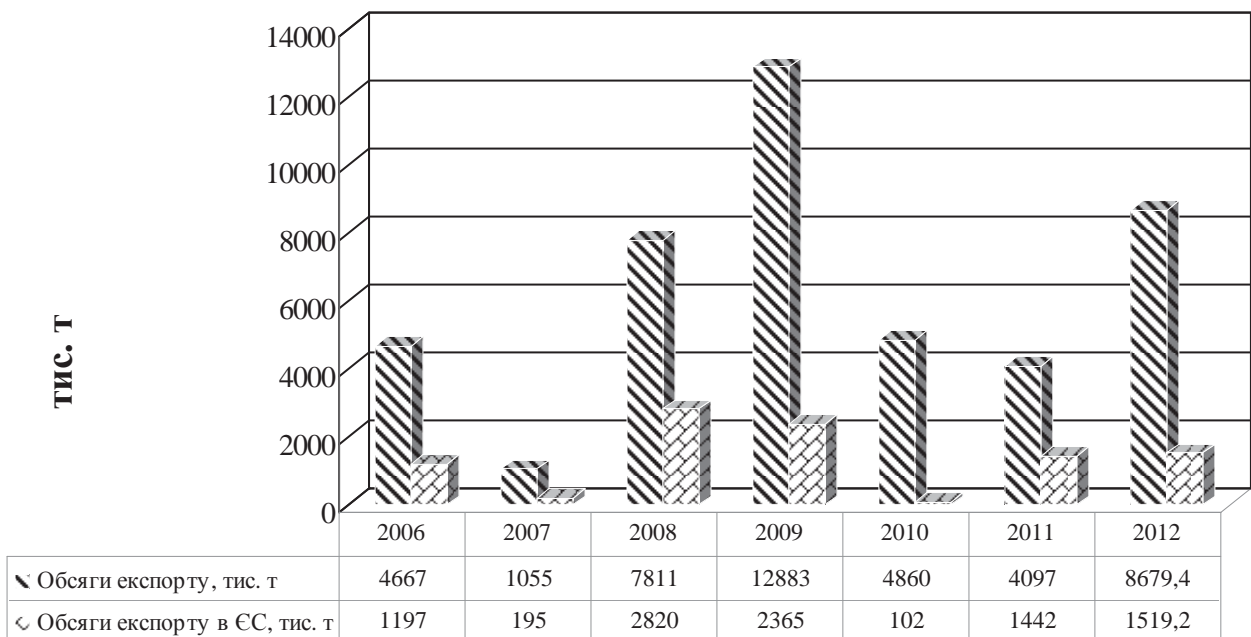
## 3. Зовнішня торгівля України

Рік	Продукція зернових культур (у постійних цінах 2010 р.), млн грн	Експорт, млн дол. США	Імпорт, млн дол. США	Експорт у країни ЄС, млн дол. США	Експорт в ЄС у загальному експорті, %
2007	32364,5	763,7	86,6	624,08	81,72
2008	55059,8	3703,8	146,5	962,3	25,98
2009	49122,3	3556,2	98,5	454,27	12,77
2010	41633,0	2467,1	145,6	158,12	6,41
2011	60492,5	3617,1	219,9	1031,62	28,52

Джерело: Складено за даними [21].

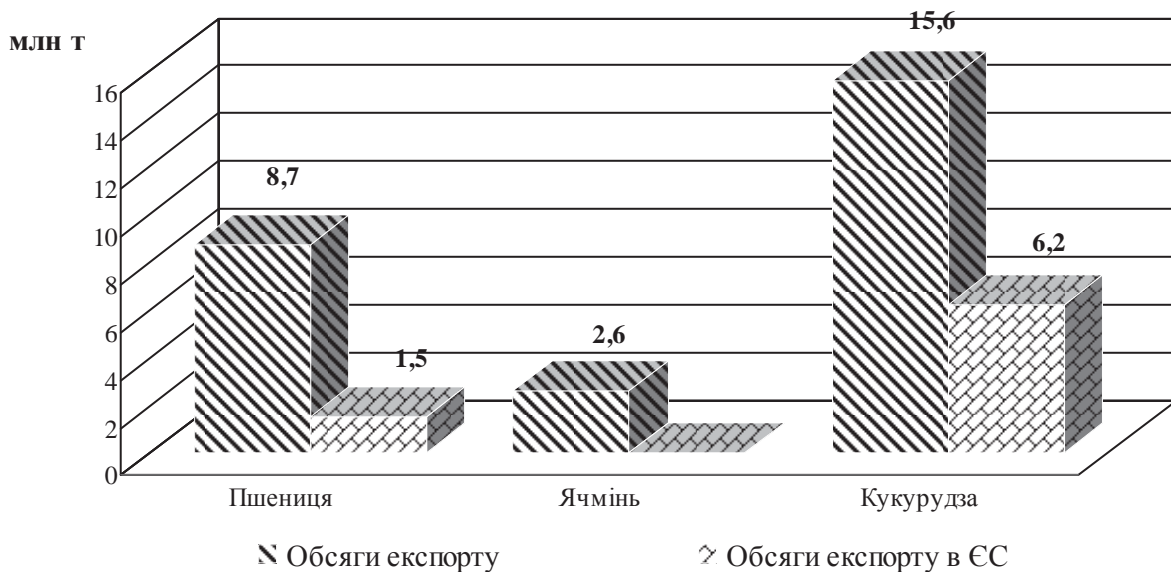
Минулий рік став успішним для України в плані закріплення на зовнішніх ринках. Про це показує той факт, що вітчизняні зернові почали активно купувати європейські країни, які ще п'ять років тому сумнівалися в їх якості. У 2012 році ЄС став найбільшим імпортером українського зерна.

Друге місце за обсягами імпорту вітчизняного зерна посів Єгипет, який купив у 2012 році 5,5 млн т зерна на 1,4 млрд дол. США, на третьому – Саудівська Аравія, якій було експортовано 1,9 млн т зерна на суму 509 млн дол. США [8].



**Рис. 1. Обсяги експорту пшениці та суміші пшениці й жита з України у 2006 -2012 рр.**

Джерело: Побудовано автором за даними [8].



**Рис. 2. Обсяги експорту зерна з України у 2012 р.**

Джерело: Побудовано автором за даними [8].

Наша країна може стати не лише провідним експортером харчових продуктів в Європі, але й має також потенціал, щоб стати житницею для решти світу в період глобальної продовольчої кризи. Досяжною є мета збільшити сільськогосподарське виробництво в країні на 30% протягом наступного десятиліття. Сприятливі природно-кліматичні умови, географічне положення, природні та людські ресурси також є великими конкурентними

перевагами для розвитку сільського господарства України.

Упродовж наступних 10–15 років країна планує потроїти експорт і стати одним із найбільших постачальників до головних країн-імпортерів із Середземноморського басейну. За оцінками іноземних фахівців, наша країна здатна втричі збільшити валове виробництво продовольства [24].



**Висновки.** Дослідження показали відсутність переконливих підстав для економічного обґрунтування твердження "житниця Європи" з огляду на сучасні показники розвитку вітчизняного сільськогосподарського виробництва. Водночас беззаперечним є факт того, що нині однією із переваг у світовій економіці для України є аграрний сектор. Однак у нас немає беззастережної національної ідеї, яка б об'єднувала суспільство. І саме ідея потужної держави, яка забезпечує продовольством інші країни світу, могла б нею стати. Торгові та військові конфлікти в наступні десятиліття відбуватимуться виключно з трьох причин: відсутність води, дефіцит енергоносіїв і нестача продовольства. Україна має всі шанси стати глобальним гравцем у сфері забезпечення багатьох регіонів світу протеїном та зерном. Тема продовольчої безпеки найближчими роками буде провідною у світі. Настав найкращий час, щоб за допомогою правильно реалізованої брендової політики залучати світові ресурси.

На нинішній час Україна не реалізувала повністю свій агропромисловий потенціал на світовому ринку. А за оцінками експертів якщо це відбудеться, то світовий експорт зернових зросте на 15–20% [18]. Отже, за сприятливих умов наша держава може стати житницею Європи. Для цього необхідно провес-

ти в АПК чотири реформи: 1) поліпшити систему оподаткування, 2) відкрити експортні ринки, щоб мати прибутки, 3) створити систему довгострокової оренди землі, тобто сформувати земельний банк, 4) запровадити нову систему й технології в насінництві.

За географічними, ресурсними, кліматичними показниками Україна потенційно спроможна стати державою з пріоритетним розвитком аграрної сфери та одним з основних постачальників на світові ринки сільськогосподарської продукції. Тенденція до зростання обсягів виробництва в аграрній сфері простежується навіть за екстенсивних методів управління.

Населення планети постійно зростає й за оцінками експертів [7] до 2050 року воно може сягнути 10 млрд осіб. Глобальний дефіцит продовольства набиратиме обертів. І в цих умовах не виключено, що результатом формування і просування бренду України «Європейська житниця» чи «Годувальниця світу» в довгостроковому плані при відповідному фінансуванні відбудеться перетворення її на провідну європейську аграрно-промислову державу та закріплення у свідомості світової спільноти бренду України як держави, що постачає найкращі й екологічно чисті сільськогосподарські продукти.

### Список використаних джерел

1. *Альтерман А.* Розвиток хлібного господарства та хлібної торгівлі України / А. Альтерман. – Х., 1928.
2. *Альтерман А.Я.* Проблема товарності зернового господарства України с соціально-економічної точки зору / А.Я. Альтерман // *Хозяйство Украины.* – 1928. – № 6. – С. 101-110.
3. *Анхольт С.* Брендинг: дорога к мировому рынку / С. Анхольт – М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004. – 272 с.
4. *Бродель Ф.* Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV – XVIII ст. / Ф. Бродель. У 3 т. – Т. 1: Структури повсякденності: можливе і неможливе. – К.: Основи, 1995. – 544 с.
5. *Власов В.І.* Глобальна продовольча проблема: моногр. / В.І. Власов. – К.: ІАЕ УААН, 2001. – 506 с.
6. *Даниленко О.В.* Житниця Європи : Розвиток українського хлібного експорту в роки непу / О.В. Даниленко // *Історичні і політологічні дослідження.* – 2010. – № 3–4 (45-46). – С.171.
7. Доклад международной конференции по народонаселению и развитию. Каир, 5– 13 сент. 1994 г.: пер. с англ. – Нью-Йорк: ООН, 1995. – 198 с.
8. ЄС і Єгипет купують найбільше українського зерна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.net/ukr/news/155893-es-i-egipet-kupuyut-naybilshe-ukrajinskogo-zerna.html>.
9. Західні окраїни Російської імперії. – М., 2006. – С. 22-23, 25.
10. *Золотарев А.О.* Краткие итоги и перспективы торговли УССР / А.О. Золотарев // *Хозяйство Украины.* – 1925. – №3. – С. 119-120.
11. *Йенс Бруно:* Восприятие Украины в мире как аграрного бренда, возрождается [Електронний ресурс] / Й. Бруно. – Режим доступу: <http://latifundist.com/interview/34625-jens-bruno-vozpriyatie-ukrainy-v-mire-kak-agrarnogo-brenda-vozrozhdaetsya>.
12. *Кваша С.М.* Зовнішньоекономічна діяльність АПК України: стан, стратегія і тактика: моногр. / С.М. Кваша. – К.: ЗАТ «Нічлава», 2000. – 252 с.
13. *Кирилов Ю.Є.* Бренд країни в глобалізованому світі / Ю.Є. Кирилов – Херсон: Гринь Д.С., 2013. – 156 с.
14. *Котлер Ф.* Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы; пер. с англ. / Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. – СПб.: Питер, 2005. – 376 с.

15. *Меховский М.* Трактат о двух Сарматиях / М. Меховский – М., 1936. – С. 79.
16. *Мірошніченко В.* Національний брендинг України [Електронний ресурс] / В. Мірошніченко. – Режим доступу: <http://www.innovations.com.ua/ua/articles/14169/temp>.
17. Нагорняк Т. Країна як бренд. Національний бренд «Україна» [Електронний ресурс] / Т. Нагорняк. – Режим доступу: [old.niss.gov.ua/book/\\$trPryor/9/30.pdf](http://old.niss.gov.ua/book/$trPryor/9/30.pdf).
18. Міф про Україну - житницю світу. Чому аграрний сектор не може стати локомотивом економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Economics/87077>.
19. *Саблук П.Т.* Глобалізація і продовольство: моногр. / П.Т. Саблук, О.Г. Білорус, В.І. Власов. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 632 с.
20. *Соловейчик В.М.* Основные вопросы 5-летнего плана реконструкции сельского хозяйства УССР / В.М. Соловейчик // Хозяйство Украины. – 1928. – № 10. – С. 25–43.
21. *Старостіна А.* Міжнародний імідж України: сутність, фактори формування, рівні сприйняття / Старостіна А., Кравченко В., Личова Г. // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 4. – С. 61–66.
22. Статистичний збірник України за 2011: Співробітництво України та ЄС.
23. *Тарнавський В.* Страна как бренд / В. Тарнавский // Новый маркетинг. – 2002. – № 12. – С.55–62.
24. Україна – забута житниця Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inozmi glavred.info/articles/3881.html>.
25. Україна – зернова житниця Європи 02.02.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://odnagodyna.com.ua/content/ukraina-zernovaya-zhitnica-evropu>.
26. *Худолій Л.М.* Економічний механізм формування та функціонування ринку зерна в Україні / Л.М. Худолій. – К.: ІАЕ УААН, 1998. – 204 с.
27. *Bardili J.* Reisen und Campagnen durch Teutschland in Polen, Lithauen, roth und weiß Reußland, Volhynien, Severien und Ukraine ... Stuttgart, 1730. S. 422.
28. *Hauteville de (Tende G. de).* Polnischer Staat oder eigentliche Beschreibung des Königreichs Polen und des Grossherzogthums Litauen ... Cölln, 1697. – S. 44.
29. *Remer C.* Die Ukraine im Blickfeld deutscher Interessen: Ende des 19. Jahrhunderts bis 1917/18. Frankfurt am Main, 1997. – S. 89.
30. *Scherer J. B.* Annales de la Petite Russie ou histoire des Cosaques-Saporogues et des Cosaques de l'Ukraine, ou de la Petite Russie, Depuis leur origine jusqu'à nos jours. T. 1. Paris, 1788. – P. 1-2.

Стаття надійшла до редакції 01.07.2013 р.

\* \* \*

## Новини АПК

### Український фермер сформувався як успішний виробник

В Україні налічується близько 40 тис. фермерських господарств. Вони виробляють значну частину сільгосппродукції, зокрема плодово-овочевої та м'ясо-молочної. Тому держава й надалі підтримуватиме фермерів, у тому числі за рахунок бюджетних коштів.

Фермери відіграють дедалі важливішу роль у вітчизняній економіці. Фермерські господарства мають у своєму користуванні 14% сільськогосподарських земель країни. Український фермер сьогодні вже сформувався і як господар, і як виробник. Лише протягом минулого року господарства населення збільшили виробництво сільгосппродукції на 6,5%.

Враховуючи пропозиції Асоціації фермерів та приватних землевласників України й інтереси фермерів слід працювати і над питаннями імпорту м'яса. Тільки за 2013 рік на третину скоротився імпорт м'яса та м'ясопродуктів.

Прес-служба Мінагрополітики України