

Оцінювання потенціалу країн MENA для експорту молочних продуктів

Мета статті - здійснити ґрунтовний аналіз потенційно привабливих для експорту молочної продукції регіонів Близького Сходу та Північної Африки, висвітлити перспективні для експорту української молочної продукції ринки.

Методика дослідження. За основу дослідження слугував системний підхід до оцінки перебігу ситуацій, що виникали на світовому ринку молочних продуктів. Використано історичний та аналітичний методи під час формування та аналізу аналітичних матеріалів, а також порівняльний метод для оцінки його результатів. Виділено методом аналізу види продукції, що імпортувалися до визначених країн і рівень споживання відповідної продукції, за чим сформульовано загальну картину імпорту та споживання молочних продуктів у цих країнах.

Результати дослідження. У процесі дослідження виокремлено потенційні для експорту молочної продукції країни з регіонів Близького Сходу та Північної Африки. Визначено найперспективніші для експорту продуктивні позиції та стратегії роботи з двома типами покупців.

Елементи наукової новизни. Розроблено механізм вибору експортного ринку серед різних країн, а також рекомендації для ведення переговорів і бізнесу з представниками регіону MENA.

Практична значущість. Запропоновані рекомендації сприяють ознайомленню з вибраними для експорту ринками, кінцевими споживачами та їх критеріями вибору продукції. Виокремлення країн може допомогти виробникам молочної галузі у виборі експортного ринку та стратегії виходу на нього. Рис.: 5. Бібліогр.: 20.

Ключові слова: експорт харчових продуктів; вибір експортного ринку; споживчі уподобання; молочна галузь; виробництво молочної продукції, зовнішньоекономічна діяльність.

Шаповал Богдан Сергійович - аспірант відділу економіки аграрного виробництва та міжнародної інтеграції, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» (03127, м. Київ, вул. Героїв Оборони, 10)

E-mail: kardvalr@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-9242-0552>

Постановка проблеми. Український експорт харчових продуктів знаходиться у перехідному етапі свого розвитку. Відмовившись від російського ринку, виробники та переробники з харчової галузі зіткнулися з критичним питанням пошуку нових ринків збуту. Сьогодні вихід на нові експортні ринки це не тільки спосіб підтримати імідж своєї компанії, а й можливість поліпшити економічну ситуацію в країні.

Крім того, з розвитком України як самостійної держави, що приваблива для інвестування та створення власного бізнесу, значно збільшилася кількість виробників харчових продуктів, зокрема молочних. Це посилило конкурентність ринку та створило дійсно диверсифіковану молочну галузь в Україні.

Для успішного налагодження співпраці з іншими країнами з'явилася потреба вивчати нові ринки та виявляти попит на відповідну продукцію, знайомитися з культурою й тра-

диціями інших країн, досліджувати правила ведення бізнесу на новому ринку.

Вдало і правильно обравши експортний ринок, а також підготувавшись до ведення переговорів, можна значно поліпшити свої шанси щодо започаткування довгострокових ділових стосунків з представниками інших країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині відомо достатньо інформації з питань ємності ринку та експортних тенденцій. Серед вітчизняних науковців у цьому напрямі виокремлюються напрацювання Б. В. Духницького [2], О. А. Козак [4], Н. І. Патики [7], М. І. Пугачова [8], В. В. Россохи [9], О. М. Шпичака [10]. Вагомим виявився внесок у дослідження імпорту, експорту споживання та виробництва молочної продукції у регіоні MENA таких вчених, як: М. Maitah, L. Smutka [15]; E. Leromain [14]; M. Taher Sraïri [19]; K. Ali Bashir [11]; I. Soliman [18]; O. Alqaisi Shawabkeh. Проте, як відомо, з розвитком країн розвиваються й ринки, тому кількість необхідної для експорту аналітичної інформації зростає.

© Б. С. Шаповал, 2020

* Науковий керівник - В. П. Саблук, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник.

Мета статті - здійснити ґрунтовний аналіз потенційно привабливих для експорту молочної продукції регіонів Близького Сходу та Північної Африки, висвітлити перспективні для експорту української молочної продукції ринки.

Виклад основних результатів дослідження. Середньорічний темп зростання продуктивності в харчовій промисловості у 2011-2019 рр. становив 3,4%. Водночас інноваційний розвиток її відбувається досить повільно, оскільки ділове середовище в країні характеризується нестабільністю і проблемами інфраструктури. Частка інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції харчової промисловості знизилася від 3,3% у 2011-му до 0,82% у 2019 р. [12].

Знайомство з регіоном MENA розпочинається з констатації складної економічної та політичної ситуації, адже Близький Схід і Північна Африка залишаються ледь не найнестабільнішими регіонами світу. З часів Другої світової війни не було навіть схожої кризи біженців. Громадянські війни руйнують економіку, інфраструктуру і, найголовніше, життя людей, змушуючи їх в пошуках для себе і своїх родин кращої долі перебиратися до інших країн. Приклад Ємену слугує підтвердженням того, як заворушення можуть похитнути та навіть зупинити розвиток країни.

Найвищий у світі рівень безробіття став наслідком регулярного виявлення насильства в Газі, а постійна зміна політичної влади значно впливає на рівень безпеки у країнах таких, як Єгипт, Марокко, Туніс та Йорданія.

Навіть відомі на весь світ експортери нафти з країн Перської затоки мають безліч проблем для повсякденної боротьби. Низькі ціни на нафту, недостатність професійної зайнятості серед молодшої частини населення та їх постійний супутник - недиверсифікована економіка.

Разом із тим Туніс зміг досягти стабільності в політичній ситуації, а Марокко вдалося лібералізувати законодавство. У таких арабських країнах, як Йорданія та Єгипет жінки набувають все більше прав і можливостей, а свобода слова та інформації отримує когорта прихильників.

Жителі вищезазначених країн розпочинають не тільки цікавитися політичною ситуацією, а й висловлювати свою думку стосовно неї. Світ змінюється, і керівництво

країн змушене рахуватися з думкою своїх громадян.

Більшість країн поступово поліпшують свою інвестиційну привабливість. Хоча залишилися й такі, що продовжують потерпати від збройних та політичних конфліктів у межах власної держави.

Безумовним лідером у розвитку й інноваціях можна вважати Об'єднані Арабські Емірати. Конкурентоспроможність країни зростає із започаткуванням нових реформ та ініціатив, що показує зацікавлення країни у розвитку і прогресі.

Результатом вищезгаданих кроків стає значне і помітне поліпшення інфраструктури, стабільність у макроекономіці, поширення сучасних технологій та інновацій. Серед усіх визначних переваг Об'єднаних Арабських Еміратів найбільше виділяється високий рівень довіри до уряду та політиків, як і до всього державного інституту влади [19].

І все ж, прогнози перспектив для країн Близького Сходу та Північної Африки не вважаються позитивними через небезпеку військових конфліктів. Ситуація може значно змінитися у разі розпочатих переговорів та підписання мирних договорів. В оптимістичному варіанті розвитку подій одразу ж розпочнеться зростання економіки та поширення регіонами стабільності [15].

Економічні й фінансові труднощі в Лівані роками змішувалися з політичною кризою та спричинили бурхливі соціальні протести. Оскільки ліванська економіка вже була надто ослаблена, громадянські заворушення, разом із серпневим вибухом у порту Бейрута та спалахом Covid-19, матимуть глибокий і довгостроковий вплив на соціально-економічну стійкість країни.

Після багаторічної занедбаності, корупції, безгосподарного управління та війни в сусідній Сирії, ліванська економіка переросла у повноцінну кризу в жовтні 2019 р., що спричинило масові акції протесту, на яких вимагали масштабних реформ. Також 2020 р. приніс усьому світові економічну кризу через пандемію COVID-19, зростання державного боргу, дефолт єврооблігацій на 1,2 млрд дол. США, обвал валюти та вибух у порту Бейрута. За даними МВФ, оновленими у жовтні 2020 р., державний борг на цей час у країні оцінювався у 171,7%. На сьогодні Ліван є третьою країною за величиною боргу у світі після Японії та Греції. І без того високий де-

фіцит бюджету погіршився до -12,8% ВВП у 2020 р. Високий державний борг та стійкий загальний дефіцит обмежували дії уряду під час економічного спаду та після кризи COVID-19 [11].

Звичайно, такі негативні чинники, без сумніву виявляють вплив не тільки на загальний розвиток, а й на виробництво країною конкурентоспроможних продуктів. У сільськогосподарській галузі країни виробники схиляються у бік вирощування пшениці, тоді як інші покладають надії на рис, бульбоплоди або коренеплоди, які, незважаючи на складну ситуацію, все ж визнано непопулярним і, більше того, нішевим продуктом. У стабільному стані залишатиметься галузь молочної продукції, і зовсім незначний приріст покажуть м'ясний та рибний сектори.

Основною складовою традицій харчування громадян, які проживають у країнах MENA, є молочні продукти, включаючи: молоко, сир, вершки, йогурти і, звичайно, морозиво. Попит на такі продукти постійно зростає, хоча споживачі стають все вимогливішими до якості та безпечності продукції. Люди все більше слідкують за своїм здоров'ям та харчуванням, звідси, володіючи достатньою інформацією, мають повністю

сформовані вимоги до продуктів харчування [15].

Разом із конкуренцією зростають і вимоги до різноманіття та унікальності продуктів. До 2030 р. споживання молочних продуктів у регіоні MENA може зрости до 1 трлн дол. у грошовому еквіваленті. За такого високого рівня споживання не видається дивним, що регіон є другим за величиною імпортером молочної продукції у світі. Водночас, коли власне виробництво зосереджено на продукції з незбираного молока, в імпорті молочної продукції значну частку становить закупівля сировини для виробництва.

За детальнішого розгляду молочних ринків регіону стають помітними й відмінності між Північною Америкою та Близьким Сходом. У продовольчій культурі домінує європейська культура споживання, тоді як на Близькому Сході локальна (найбільше споживають плавлені та білі сири) (рис. 1). Виходити на ринок краще саме з цими продуктами, позиціонуючи їх як дитячий продукт. Проте тут варто пам'ятати, що споживання частіше за все обмежується сніданками або салатами [18]. Разом із тим у Північній Африці молоко слугує частиною звичайного денного раціону, що тільки підкріплюється споживанням білих сирів від локальних виробників.

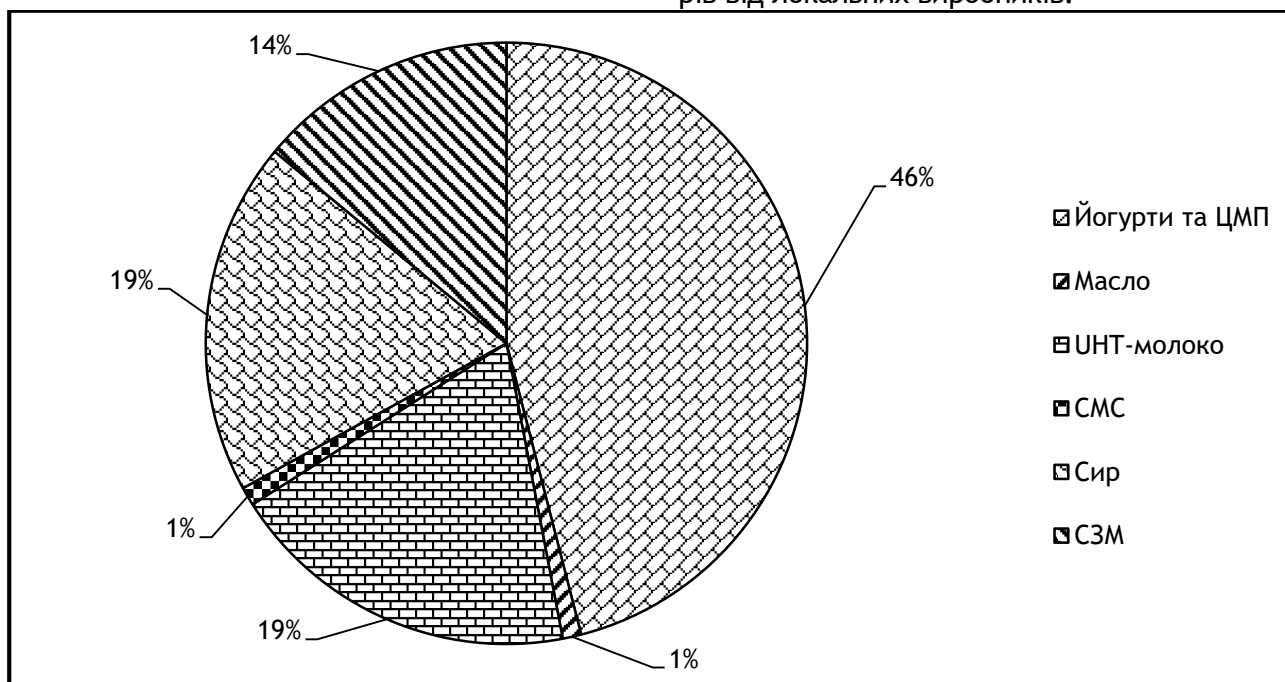


Рис. 1. Імпорт молочних продуктів до Іраку

Джерело: Trademap.org [20].

Також у Північній Африці виникають складнощі у формуванні профілю покупця через високу диференціацію по регіонах однієї країни та в усіх країнах загалом.

Споживачі приділяють увагу ціновій політиці компаній та не бажають витратити великі кошти на харчові продукти. При цьому на Близькому Сході, навпаки, переважає один

профіль споживача, громадяни більш залежні від брендів та особливих продуктів і виявляють високу готовність витратити кошти на продукти харчування.

За каналами збуту продукції регіони також різняться між собою. Так, Північна Аф-

рика виокремлюється високим рівнем фрагментації торговельних мереж та обмеженою кількістю аутлетів. В Єгипті в основному реалізуються готові продукти, тоді як в Алжирі, Лівії та Марокко - переважно фасовані (рис. 2).

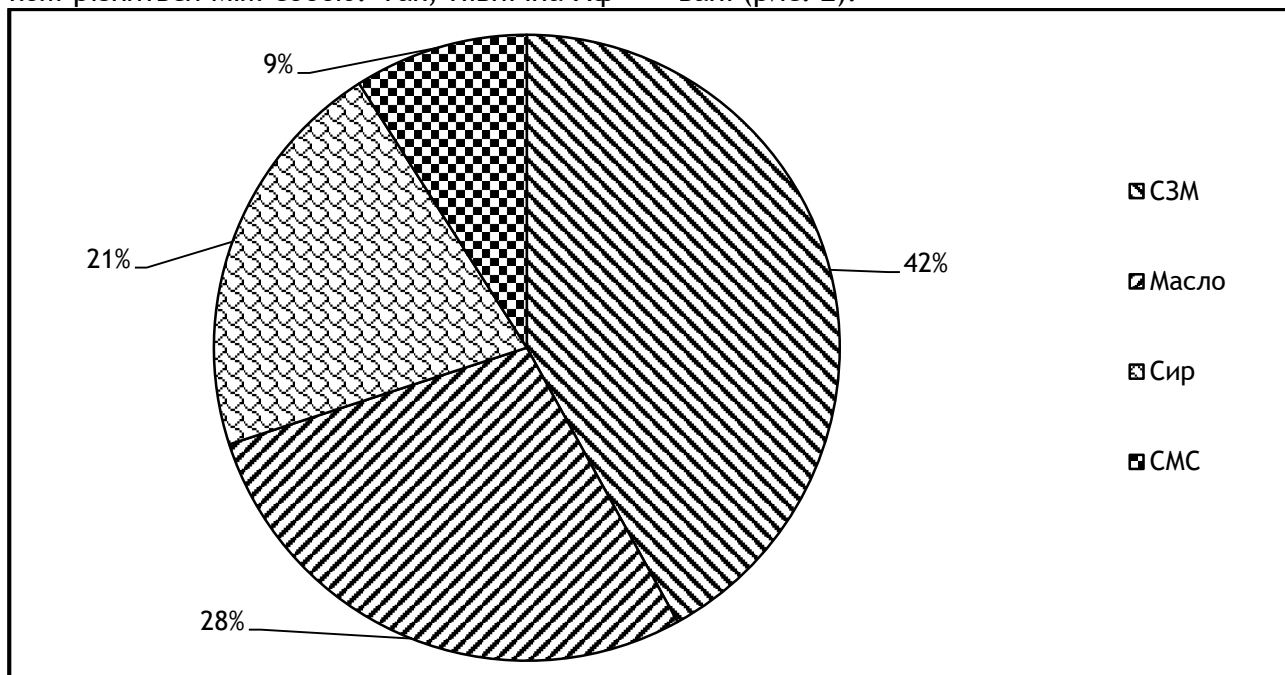


Рис. 2. Імпорт молочної продукції до Єгипту

Джерело: Trademap.org [20].

Близький Схід, разом із тим, характеризується високоорганізованими та консолідованими торговельними мережами, із домінуванням національних і міжнародних аутлетів [16].

За асортиментом регіони не так помітно відрізняються, в обох випадках домінують м'які білі та плавлені сири, хоча ринок Північної Африки відзначається високим рівнем диференціації асортименту. Там же, найпоширенішим видом упаковки стали трикутники і слайси, проте на Близькому Сході це скляні стаканчики. Більшість сирів усіх категорій мають іноземне походження та імпортуються з країн Європейського Союзу й Океанії, тоді як країни Північної Африки переважно споживають продукти локального виробництва, а саме сири з Єгипту.

З метою вибору найперспективнішого для експорту ринку використовували такі основні критерії: кількість населення в країні (наразі та очікувана до 2030 р.); швидкість або повільність урбанізації; ВВП та його темпи приросту; загальний обсяг імпорту та експорту молочної продукції; темпи приросту імпорту; наявність торговельно-економічних

відносин з Україною; прямий доступ до портів водного сполучення [14].

Другорядними критеріями стали: площа країни, щільність населення, рівень урбанізації, види імпортованої молочної продукції, індекс економічної складності та простоти ведення бізнесу [1].

За наведеними вище критеріями виокремлено наступні країни: Об'єднані Арабські Емірати, Ірак, Саудівська Аравія та Єгипет.

Вдалим прикладом успішної вертикально інтегрованої некооперативної молочної компанії на Близькому Сході варто вказати компанію Almarai з Саудівської Аравії. Саме ця компанія виявилася рушійною силою розвитку молочної галузі в усьому регіоні. Заснована з метою задоволення більш ніж швидкозростаючих потреб споживачів, компанія стала можливістю трансформації молочного тваринництва у галузь промисловості, що характеризується інноваціями та високими технологіями (рис. 3). Від початку своєї діяльності вона змогла значно розширити асортимент пропонованих продуктів, не обмежуючись молочною галуззю [17].

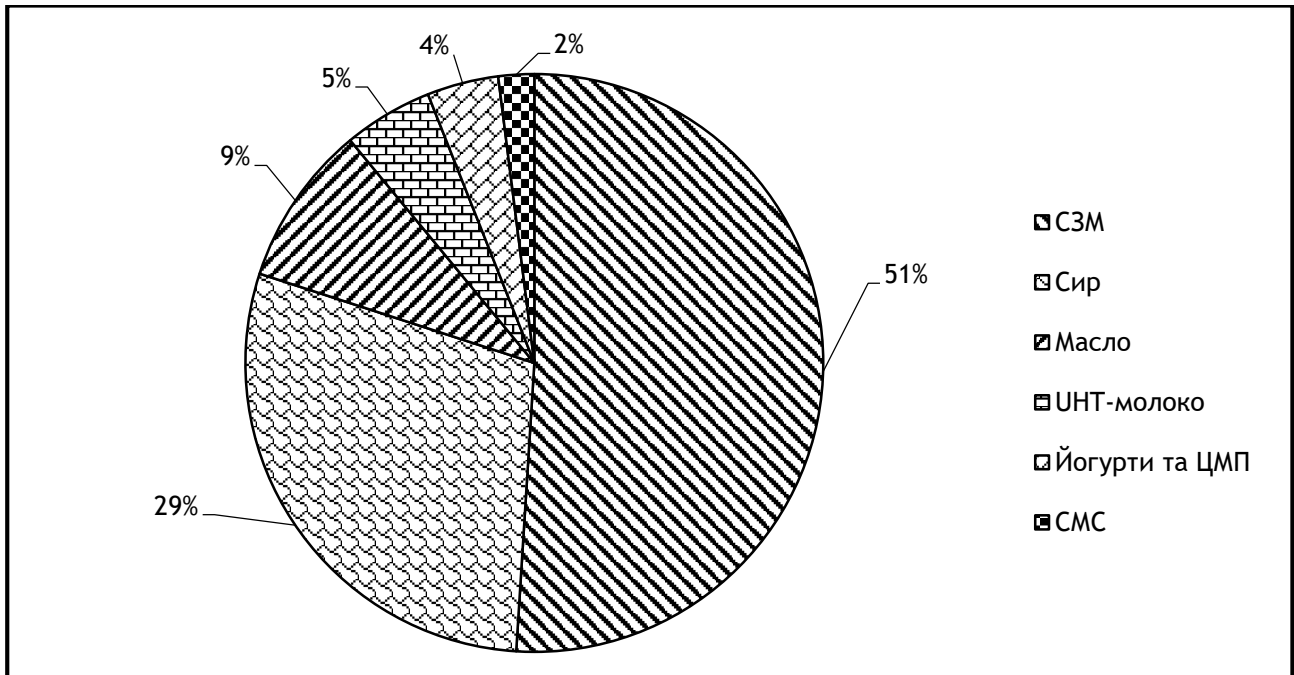


Рис. 3. Імпорт молочних продуктів до Саудівської Аравії

Джерело: Trademap.org. [20].

За допомогою створення спільних підприємств і домовленостей з перепакування продукції, молочним компаніям регіону вдалося закріпитися на ринку й поступово розширювати свою діяльність. Наслідком такої співпраці стала висока конкурентність на ринку молочних продуктів. Країни-експортери при виході на ринок MENA можуть зіткнутися з коливанням валютних курсів, складним доступом до кредитних ресурсів та новими для них законами ведення бізнесу.

Постійно зростаючий попит на молочні продукти - це позитивний результат високо-

го рівня доходів жителів регіону, легкого доступу до освіти та зростаючої зацікавленості у власному здоров'ї та добробуті. За таких умов найбільші гравці ринку, в тому числі й найбільші торговельні мережі змушені розширювати географію своїх закупівель та урізноманітнювати власний асортимент.

Такий приклад показують не тільки найбільші країни регіону, а й невеликі, як Марокко, де активно користуються можливостями, які надають підписані угоди про вільну торгівлю (рис. 4).

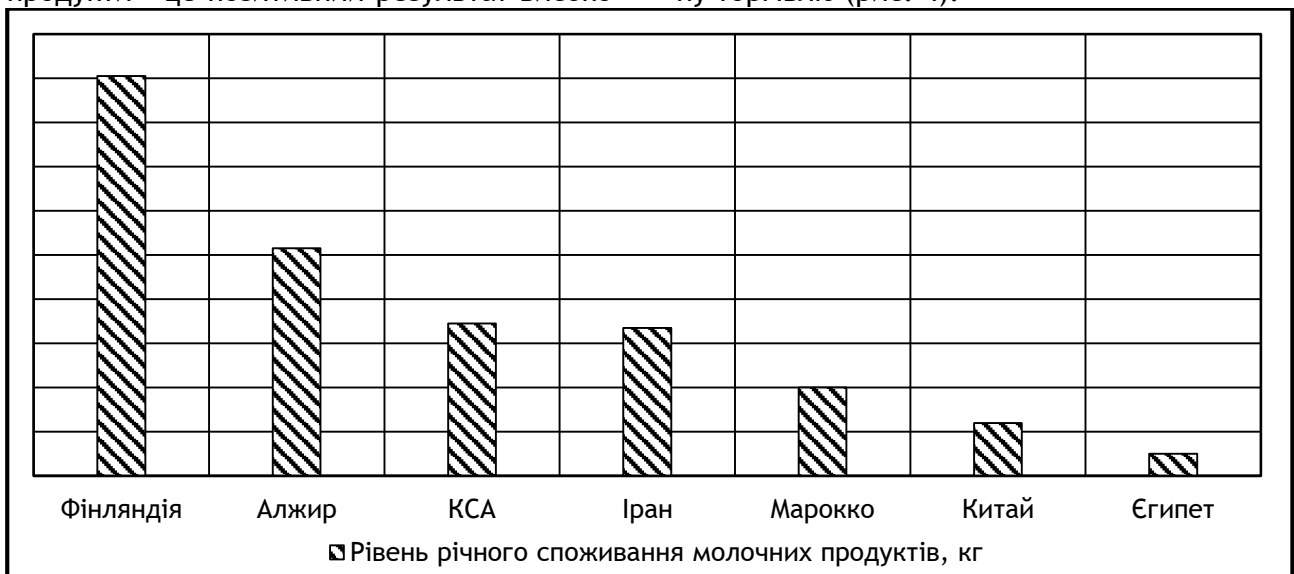


Рис. 4. Річне споживання молочних продуктів у Фінляндії, Алжирі, Саудівській Аравії, Ірані, Марокко, Китаї та Єгипті

Джерело: Міністерство аграрної політики та продовольства України [6].

Незважаючи на наявні зміни, головним гравцем молочної галузі регіону MENA залишається найпотужніший імпортер - Саудівська Аравія. Найбільше країна імпортує сухе молоко, сири, вершкове масло і знежирене сухе молоко, коли локальні виробники постачають на ринок свіжі й охолоджені продукти, а саме молоко та йогурти. Одним з найактивніших ринків молочної галузі регіону визнано Єгипет. Молочний сектор країни характеризується популярністю сиру на першому місці та молока - на другому. Ще одним прикладом ринку молочної продукції з позитивною динамікою розвитку та діяль-

ності слід вказати Марокко, де безупинно зростає харчова та переробна промисловість. Водночас ця країна не вважається легкодоступною, зважаючи на специфічну культуру та особливі правила ведення бізнесу [13].

За швидкого розвитку туризму в регіоні Об'єднані Арабські Емірати стали інвестиційно привабливими для інших країн, зокрема у секторі молочної галузі. Постійно зростаючий попит на молочну продукцію існує не тільки на сири, а й на молочну сировину, що може бути використана в кондитерській та інших галузях (рис. 5).

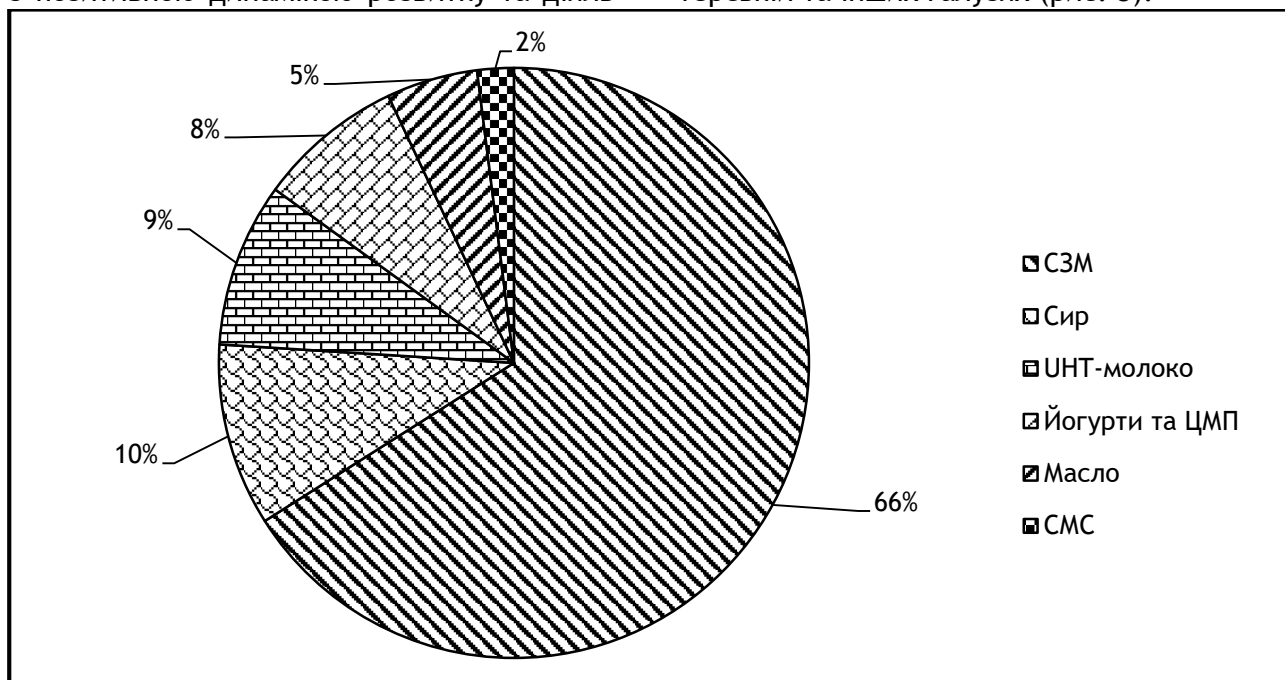


Рис. 5. Імпорт молочних продуктів до ОАЕ

Джерело: Trademap.org. [20].

Досить активні в регіоні MENA торговельні мережі. Так, останніми роками із постійно виникаючими проблемами і загрозами різного характеру, роздрібні продажі продовжують зростати. Локальні торговельні мережі, такі як: Majid Al Futtaim (MAF) Landmark Group і Panda, продовжують домінувати та посідати свої місця на ринку. При цьому, коли на Близькому Сході з'являється все більше міжнародних брендів, котрі, варто зауважити, жодним чином не стають перепорою на шляху вже існуючих на ринку брендів роздрібної торгівлі.

Через нестачу земель сільськогосподарського призначення, що стало наслідком розширення міст, а на додаток ще й ерозії ґрунту, розвиток молочної галузі залишається надзвичайно важливим для економіки країн Близького Сходу та Північної Африки.

Більше того, молочна галузь виступає однією з найінноваційніших та прогресивних галузей харчового сектору. Попит на молочну продукцію зростає, і продовжуватиме зростати, а от виробництву важко буде встигнути за такими темпами розвитку.

За допомогою правильного сегментування потенційних бізнес-партнерів також можна збільшити вірогідність вдало проведених переговорів. Торговельним мережам і дистриб'юторам, що з ними працюють, варто пропонувати м'які сири, ГРЕ-йогурти або спреди, які не потребують особливого температурного режиму. А от на перемовинах із B2B покупцем найприйнятніше зосередитися на пропозиціях із сухим знежиреним молоком, вершковим маслом або сухою підсирною сироваткою.

Правильний розрахунок групової упаковки може забезпечити здешевлення контейнерних перевезень, враховуючи високу вартість логістики, коли ціни на велику кількість товарів зростатимуть за рахунок витрат на перевезення.

Для В2В співпраці також необхідно розуміти сезонність попиту. Так, сприятливим часом для пошуку партнерів буде осінь-зима, через відсутність сировини або її високу вартість. Ще однією перепоною можуть стати конкуренти, такі як Нова Зеландія і країни Європейського Союзу.

Висновки. У виході на ринок MENA виробникам можуть допомогти особисті поїздки до країн, із завчасно підготовленими та домовленими зустрічами й проведенням попередніх переговорів перед поїздкою. На осо-

бисті зустрічі слід наймати професійного перекладача, що зможе гарантувати якісне проведення переговорів. Для оформлення комерційних пропозицій та маркетингових матеріалів користуватися офіційною або найпоширенішою мовою країни.

Для успішного експорту продукції необхідно виділити категорії продуктів із довготривалим терміном придатності та можливістю зберігання без спеціалізованого холодильного обладнання. Правильний підбір рекомендованої вартості продукції також може бути критично важливим при веденні переговорів із потенційним покупцем регіону MENA. Варто пам'ятати, що саме представники середнього класу населення найбільш прихильні до нових корисних та здорових продуктів.

Список бібліографічних посилань

1. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Духницький Б. В. Потенціал розвитку агропродовольчого ринку України. *Економіка АПК*. 2019. № 11. С. 27-34.
3. Іщук С. О., Ляховська О. В. Розвиток агропереробних виробництв у регіонах України: сировинні аспекти : наукове видання ; НАН України. ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього Національної академії наук України". Серія: Регіони: моніторинг, прогнози, моделі ; [наук. ред. С. О. Іщук]. Львів, 2020. 51 с.
4. Козак О. А. Розвиток світового виробництва та торгівлі молочними продуктами. *Економіка АПК*. 2020. № 2. С. 84-92. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202002084>.
5. Мазуренко О. В., Столярчук Н. М. Інноваційне забезпечення аграрного сектору економіки: аналіз стану. *Економіка АПК*. 2019. № 12. С. 37-45. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201912037>.
6. Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL : <http://www.minagro.gov.ua/>.
7. Патица Н. І. Конкурентоспроможність та позиціонування України на світовому ринку молочної продукції. *Економіка АПК*. 2019. № 5. С. 77-86.
8. Пузачов М. І. Розвиток зовнішньої торгівлі агропродовольчими товарами. *Економіка АПК*. 2019. № 3. С. 6-13.
9. Россоха В. В., Петриченко О. А. Розвиток ринку молока та молокопродукції в Україні. *Економіка АПК*. 2018. № 8. С. 43-54.
10. Шпичак О. М. Економіко-організаційні неузгодженості взаємовідносин у продуктових ланцюгах в умовах інфляційно-девальваційних процесів: напрями врегулювання. *Економіка АПК*. 2015. № 6. С. 85-95.
11. Ali Bashir K. Consumption of dairy products in the UAE: A comparison of nationals and expatriates. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences*. 2011. № 10(2). P. 121-125.
12. Balian A. V., Sychevskiy M. P., Kovalenko O. V., Yashchenko L. O., Verbytskyi S. B. The influence of globalization processes on the innovative development of the food industry of Ukraine in the phases of business cycles agricultural. *Science and Practice*. 2019. № 6(3). P. 63-76. <https://doi.org/10.15407/agrisp6.03.063>.
13. Cessna J., Kuberka L. (USDA/FAS), G. Davis C., Hoskin R. Growth of U.S. Dairy Exports, 2016. LDPM-270-01.
14. Leromain, E., Orefice. G. New revealed comparative advantage index: Dataset and empirical distribution. Centre d'études prospectives et d'informations internationales (CEPII) Working Paper 2013-20. Accessed Mar. 25, 2014.

References

1. Derzhavna sluzhba statystryky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [In Ukrainian]
2. Dukhnytskyi, B.V. (2019). Potensial rozvytku ahroprodovolchoho rynku Ukrainy [Potential of agro-food market development in Ukraine]. *Ekonomika APK*, 11, pp. 27-34 [In Ukrainian].
3. Ishchuk, S.O. & Liakhovska, O.V. (2020). Rozvytok ahropererobnykh vyrobnytstv u rehionakh Ukrainy: syrovynni aspekty: naukove vydannia [Development of agro-processing industries in the regions of Ukraine: raw material aspects: scientific publication]. NAN Ukrainy. DU "Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M.I. Dolishnoho Natsionalnoi akademii nauk Ukrainy". S.O. Ishchuk (Ed.). Lviv [In Ukrainian].
4. Kozak, O.A. (2020). Rozvytok svitovoho vyrobnytstva ta torhivli molochnymy produktamy [Development of world production and trade in dairy products]. *Ekonomika APK*, 2, pp. 84-92 [In Ukrainian]. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202002084>.
5. Mazurenko, O.V. & Stoliarchuk, N.M. (2019). Innovatsiine zabezpechennia ahrarynoho sektoru ekonomiky: analiz stanu [Innovation provision of the agrarian sector of economy: state analysis]. *Ekonomika APK*, 12, pp. 37-45 [In Ukrainian]. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201912037>.
6. Ministerstvo ahrarynoi polityky ta prodovolstva Ukrainy [Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.minagro.gov.ua/> [In Ukrainian].
7. Palyka, N.I. (2019). Konkurentospromozhnist ta pozytsionuvannia Ukrainy na svitovomu rynku molochnoi produktsii [Competitiveness and positioning of Ukraine on the world market of dairy products]. *Ekonomika APK*, 5, pp. 77-86 [In Ukrainian].
8. Pugachov, M.I. (2019). Rozvytok zovnishnoyi torhivli ahroprodovolchymy tovaramy [Development of foreign trade of agro-food products]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 6-13 [In Ukrainian].
9. Rossokha, V.V. & Petrychenko, O.A. (2018). Rozvytok rynku moloka ta molokoproduktsii v Ukraini [Development of the market of milk and dairy products in Ukraine]. *Ekonomika APK*, 8, pp. 43-54 [In Ukrainian].
10. Shpychak, O.M. (2015). Ekonomiko-orhanizatsiyni neuzhodzhenosti vzayemovidnosyn u produktovykh lantsyuhakh v umovakh inflyatsiyno-devalvatsiynykh protsesiv: napryamy vrehulyvannya [Economic and institutional relations inconsistencies in the food chains under devaluation processes: guidelines and solutions]. *Ekonomika APK*, 6, pp. 85-95 [In Ukrainian].

15. Maitah, M., Smutka, L. Economic analysis of milk production and consumption in the Middle East and North Africa. *Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun.* 2012. LX. № 4. P. 245-254.

16. OECD-FAO agricultural outlook 2020-2029. URL : <https://www.oecd.org/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-19991142.htm>

17. Ohlan R. Growth and instability in dairy production and trade: a global analysis. *International Journal of Trade and Global Markets.* 2014. № 7(2). P.145-172.

18. Soliman I., Mashhour A. Sustained Working Paper, November 2011.

19. Taher Srairi M., Tahar Benyoucef M., Kraiem K., Srairi et al. SpringerPlus. 2013. № 2. P. 162. doi: 10.1186/2193-1801-2-162.

20. Trademap. URL : <https://www.trademap.org/Index.aspx>.

11. Ali Bashir, K. (2011). Consumption of dairy products in the UAE: a comparison of nationals and expatriates. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences.* 10(2), pp. 121-125 [In English].

12. Balian, A.V., Sychevskiy, M.P., Kovalenko, O.V., Yashchenko, L.O. & Verbytskyi, S.B. (2019). The influence of globalization processes on the innovative development of the food industry of Ukraine in the phases of business cycles agricultural. *Science and Practice;* 6(3), pp. 63-76 [In English]. DOI: <https://doi.org/10.15407/agrisp6.03.063>.

13. Cessna, J. & Kuberka, L. (USDA/FAS), G. Davis, C. & Hoskin, R. (2016). Growth of U.S. Dairy Exports, LDPM-270-01 [In English].

14. Leromain, E. & Orefice, G. (2014). New revealed comparative advantage index: Dataset and empirical distribution. Centre d'études prospectives et d'informations internationales (CEPII) Working Paper 2013-20. Accessed Mar. 25 [In English].

15. Maitah, M., & Smutka, L. (2012). Economic analysis of milk production and consumption in the Middle East and North Africa. *Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun.*, LX, No. 4, pp. 245-254 [In English].

16. OECD-FAO agricultural outlook 2020-2029. (2020). Retrieved from: <https://www.oecd.org/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-19991142.htm> [In English].

17. Ohlan, R. (2014). Growth and instability in dairy production and trade: a global analysis. *International Journal of Trade and Global Markets,* 7(2), pp. 145-172 [In English].

18. Soliman, I. & Mashhour, A. (2011). Sustained Working Paper, November [In English].

19. Taher Srairi, M., Tahar Benyoucef, M., Kraiem, K., Srairi, et al. (2013). The dairy chains in North Africa (Algeria, Morocco and Tunisia): from self-sufficiency options to food dependency? *Springer Plus,* 2, pp. 162 [In English]. doi: 10.1186/2193-1801-2-162.

20. Trademap. Retrieved from: <https://www.trademap.org/Index.aspx> [In English].

Shapoval B. S. Assessment MENA countries potential for dairy products export

The purpose of the article is to conduct a thorough analysis of the regions of the Middle East and North Africa that are potentially attractive for the export of dairy products, to highlight promising markets for the export of Ukrainian dairy products.

Research methods. The study is based on a systematic approach to assessing the situation that has arisen in the global dairy market. Historical and analytical methods are used in the formation and analysis of analytical materials, as well as a comparative method for evaluating its results.

The method of analysis highlighted the types of products imported to certain countries and the level of consumption of the products. Due to this, a general picture of the import and consumption of dairy products in certain countries was formulated.

Research results. In the course of the research, potential countries for export of dairy products from the regions of the Middle East and North Africa were selected. The most promising product items for export and strategies for working with two types of buyers have been identified.

Scientific novelty. A mechanism for selecting the export market among different countries has been developed. Recommendations for negotiations and business with representatives of the Middle East and North Africa region are developed.

Practical significance. The recommendations published in this article are aimed to help to get acquainted with the markets selected for export, and consumers and their product selection criteria. The selection of countries can make it easier for dairy producers to choose an export market and a strategy to enter it. Figs.: 5. Refs.: 20.

Keywords: food export; export market choosing; consumer preferences; dairy industry; dairy production; foreign economic activity.

Shapoval Bohdan Serhiiovych - post-graduate student of the department of economics of agricultural production and international integration, National Scientific Centre "Institute of Agrarian Economics" (10, Heroiv Oborony St., Kyiv, 03127)

E-mail: kardvalr@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-9242-0552>

Шаповал Б. С. Оценивание потенциала стран MENA для экспорта молочных продуктов

Цель статьи - осуществить тщательный анализ потенциально привлекательных для экспорта молочной продукции регионов Ближнего Востока и Северной Африки, осветить перспективные для экспорта украинской молочной продукции рынки.

Методика исследования. Основой исследования послужил системный подход к оценке течения ситуаций, которые возникли на мировом рынке молочных продуктов. Используются исторический и аналитический методы вл время формирования и анализа аналитических материалов, а также сравнительный метод для оценки его результатов.

Выделены методом анализа виды продукции, что импортировались в определенные страны и уровень потребления соответствующей продукции, после чего сформулирована общая картина импорта и потребления молочных продуктов в этих странах.

Результаты исследования. В процессе исследования выделены потенциальные для экспорта молочной продукции страны из регионов Ближнего Востока и Северной Африки. Определены наиболее перспективные для экспорта продуктовые позиции и стратегии работы с двумя типами покупателей.

Элементы научной новизны. Разработан механизм выбора экспортного рынка среди разных стран, а также рекомендации для ведения переговоров и бизнеса с представителями региона MENA.

Практическая значимость. Предложенные рекомендации способствуют ознакомлению с выбранными для экспорта рынками, конечными потребителями и их критериями выбора продукции. Выделение стран может помочь производителям молочной отрасли в выборе экспортного рынка и стратегии выхода на него. Илл.: 5. Библиогр.: 20.

Ключевые слова: экспорт пищевых продуктов; выбор экспортного рынка; потребительские предпочтения; молочная отрасль; производство молочной продукции; внешнеэкономическая деятельность.

Шаповал Богдан Сергеевич - аспирант отдела экономики аграрного производства и международной интеграции, Национальный научный центр «Институт аграрной экономики» (03127, г. Киев, ул. Героев Оборона, 10)

E-mail: kardvalr@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-9242-0552>

Стаття надійшла до редакції 11.12.2020 р.

Фахове рецензування: 18.12.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Шаповал Б. С. Оцінювання потенціалу країн MENA для експорту молочних продуктів. *Економіка АПК*. 2020. № 12. С. 112 – 120. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202012112>

Shapoval, B.S. (2020). Otsiniuvannia potentsialu krain MENA dlia eksportu molochnykh produktiv [Assessment MENA countries potential for dairy products export]. *Ekonomika APK*, 12, pp. 112 – 120 [In Ukrainian]. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202012112>

* * *

Новини АПК

Поглиблення інвестиційного спаду в агропродовольчих секторах економіки України у 2020 році призупинено - Микола Кісіль

Капітальні інвестиції у сільське, лісове і рибне господарство, а також у виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за січень-вересень 2020 року склали 39596,3 млн грн - 59,1 % до відповідного показника минулого року, зазначив провідний науковий співробітник відділу інвестиційного та матеріально-технічного забезпечення Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки», к.е.н. Микола Кісіль, коментуючи нещодавно оприлюднені Державною службою статистики України дані щодо обсягів капітальних інвестицій за дев'ять місяців 2020 року.

За його словами, по агропродовольчих секторах економіки капітальні інвестиції та їх індекси до відповідного періоду минулого року розподілилися таким чином: сільське господарство, мисливство і надання пов'язаних із ними послуг – 25018,9 млн грн і 56,6 %; лісове господарство – 189,7 млн грн і 43,4 %; рибне господарство – 17,7 млн грн і 45,7 %; виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів - 14577,4 млн грн і 63,4 %.

Експерт поінформував, що відслідковуванні державною статистикою капітальні вкладення в землю теж суттєво скоротилися. Винятком є лише інвестиції у довгострокові біологічні активи рослинництва та тваринництва: їх обсяги зростали і за січень - вересень 2020 року досягли майже 3 млрд грн.

Таким чином, усі агропродуктові сектори економіки України перебувають у стані інвестиційної кризи. Порівняно глибші її прояви в аграрних секторах, наголосив Микола Кісіль. Адже інвестиційна криза в агропродуктових секторах економіки України відбувається на фоні загального спаду капітальних інвестицій в її економіку, обсяги яких у січні-вересні цього року склали 268 млрд грн, або 64,6 % до відповідного показника 2019 року. Рівні індексів капітальних інвестицій в агропродуктові сектори за другий і третій квартали цього року суттєво не змінювала. Це дає підстави вважати, що інвестиційна криза в них досягла нижньої точки спаду.

Порівняно з харчовою промисловістю сільське господарство у поточному році не лише зберегло, а й посилило свою пріоритетність для інвестування, оскільки співвідношення між щоквартальними обсягами капітальних інвестицій цих секторів економіки було на його користь і навіть з позитивною динамікою: I кв. - 1,37:1,00 грн/грн; II кв. - 1,47:1,00 грн/грн; III кв. - 1,72:1,00 грн/грн.

Такий нетиповий для нинішньої фази циклу Кузнеця характер щоквартальної динаміки цього співвідношення пов'язаний із порівняно швидшим зниженням рівня інвестиційної привабливості харчової промисловості у січні-вересні 2020 року, пояснив Микола Кісіль.

Пресслужба ННЦ «Інститут аграрної економіки»