УДК 658:005

РИЖИХ В.В.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

У статті розглянуті особливості розвитку галузі харчової промисловості України в умовах повномасштабної війни на її території. Розглянуто основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність галузі харчової промисловості. Проаналізовано динаміка розвитку підприємств харчової промисловості України за останні п’ять років, сучасний стан бізнесу з виробництва харчових продуктів, розподіл підприємств харчової промисловості України за областями. Виявлено вплив війни на галузь харчової промисловості.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, харчова промисловість, фактори, війна.

The article discusses the features of the development of the food industry in Ukraine in the conditions of a full-scale war on its territory. The main factors influencing the competitiveness of the food industry are considered. The dynamics of the development of food industry enterprises in Ukraine over the past five years, the current state of the food production business, and the distribution of food industry enterprises in Ukraine by regions are analyzed. The influence of the war on the food industry was revealed.

Key words: competitiveness, enterprise, food industry, factors, war.

Постановка проблеми. Кожного року кількість діючих суб’єктів господарювання у галузі харчової промисловості поступово збільшувалася, що призводило до представлення на ринку широкого асортименту аналогічних товарів та як наслідок – зростання конкуренції на ринку вітчизняних виробників харчових продуктів. Відтак, станом на 2021 рік виробництво харчових продуктів було основним видом діяльності більше ніж п’ятнадцяти тисяч підприємств України.

Однак, початок повномасштабної війни на території України на початку 2022 року вніс значні корективи в і так нестабільне середовище діяльності підприємств, змусивши повністю, або майже зупинити діяльність 33,8% підприємств країни [1]. Суб’єкти господарювання, що продовжують свою діяльність активно займаються розробкою конкурентної стратегії та посиленням позицій на ринку.

Поточна ситуація на ринку харчових продуктів лише посилює конкурентний тиск. Зростання конкурентоспроможності підприємств галузі та пристосування їхньої діяльності до сучасних умов стає одним з основних факторів забезпечення їхнього стабільного функціонування та динамічного розвитку країни після завершення воєнних дій.

Виклад основного матеріалу. Перш за все, конкуренція – це «суперництво між товаровиробниками за кращі, економічно більш вигідні умови виробництва і реалізації продукції, сфери застосування капіталу» [2].

Конкурентоспроможність галузі у свою чергу визначається як ефективність функціонування певної галузі народного господарства, що оцінюється не лише за допомогою класичних критеріїв, а і за допомогою показників, що визначають уміння адаптуватися та діяти в різних економічних умовах певної країни або світу загалом [3].

Вважається, що системна оцінка конкурентоспроможності та формування конкурентоспроможних переваг суб’єкта господарювання будь-якої галузі є обов’язковою умовою для його виживання на ринку [4].

Якісне дослідження конкурентоспроможності підприємства вимагає визначення всіх факторів, що на неї

© Рижих В.В., 2022

впливають. На сьогоднішній день вчені мають різні підходи до визначення таких факторів, проте загалом виділяють дві основні групи: зовнішні та внутрішні фактори (рис. 1). Всі перераховані фактори можуть мати як позитивний так і негативний вплив.

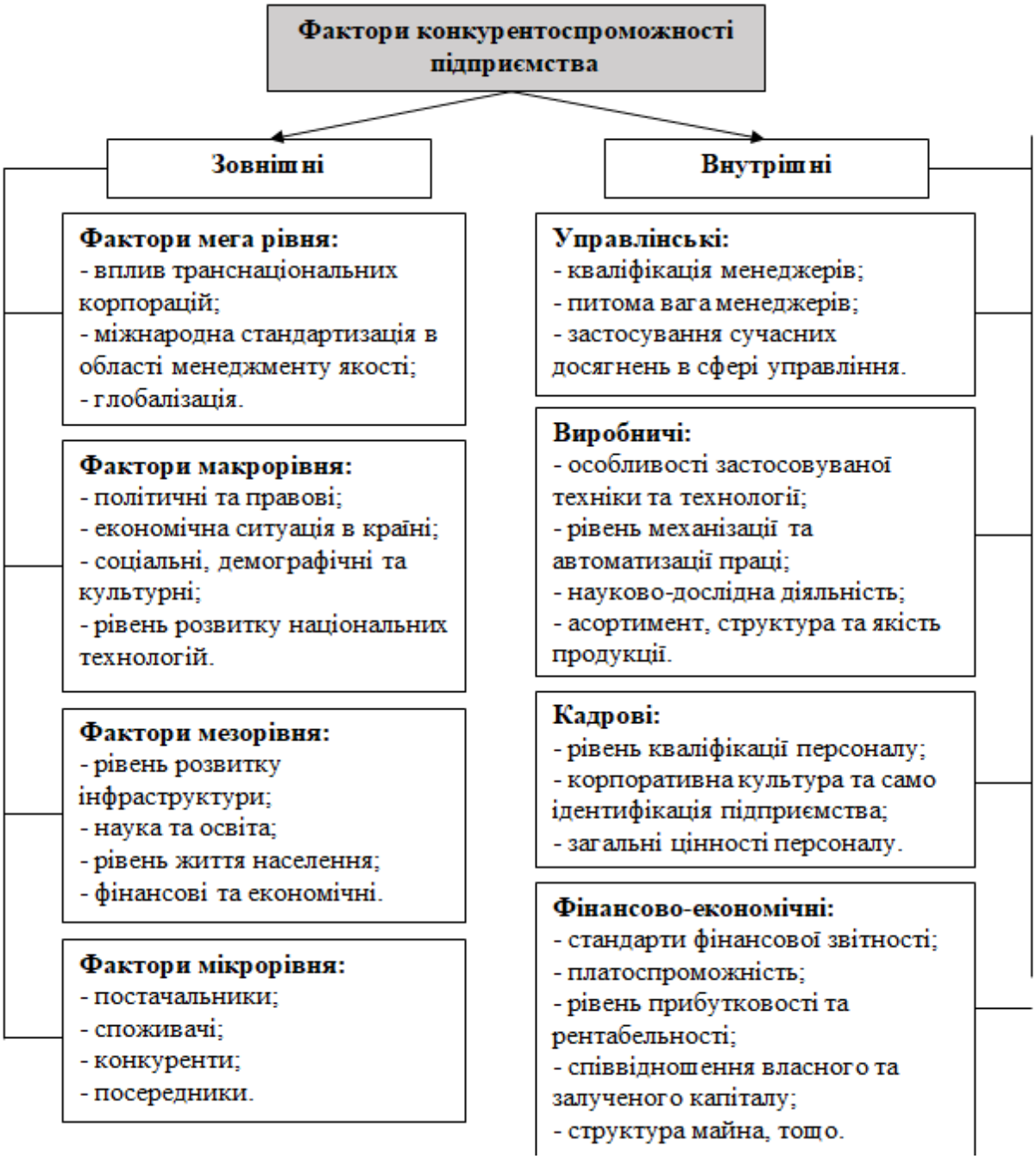


Рис. 1 – Фактори конкурентоспроможності галузі харчової промисловості [5]

Розглянемо вплив зовнішніх факторів на конкурентоспроможність галузі харчової промисловості України.

Слід зазначити, що харчова промисловість – це стратегічно важлива галузь економіки країни, ефективна діяльність та розвиток якої забезпечує належний рівень продовольчої безпеки держави та її економічне зростання. Продукція, що виробляється підприємствами харчової галузі належить до товарів першої необхідності і завжди користується стабільним попитом споживачів.

Харчова промисловість України включає низку підгалузей, серед яких виділяють: виробництво м’яса та м’ясних продуктів, перероблення та консервування риби, ракоподібних і молюсків, перероблення та

консервування фруктів і овочів, виробництво олії та тваринних жирів, виробництво молочних продуктів, виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів тощо.

Фактори макрорівня включають політичні та правові, економічну ситуацію в країні, соціальні, демографічні та культурні, рівень розвитку національних технологій.

Політична ситуація в країні перший зовнішній фактор, що негативно впливає на конкурентоспроможність галузі. На початку війни споживачі переважно віддавали перевагу продуктам тривалого строку зберігання, серед яких були крупи, макаронні вироби, консерви, хлібобулочні вироби, вода. На сьогоднішній день попит повернувся і на харчові продукти, що були популярні раніше. Відтак, українці почали купувати фрукти та овочі, соки, свіже м'ясо та рибу, солодощі.

Збереження попиту на продукцію харчової промисловості під час війни логічне, адже громадянам потрібно якісно харчуватися за будь-яких обставин. Попит споживачів та значна кількість підприємств, що продовжують свою діяльність вказують також і на збереження конкуренції між підприємствами, що діють у галузі. Проаналізуємо динаміку розвитку підприємств харчової промисловості за останні п'ять років (рис. 2).

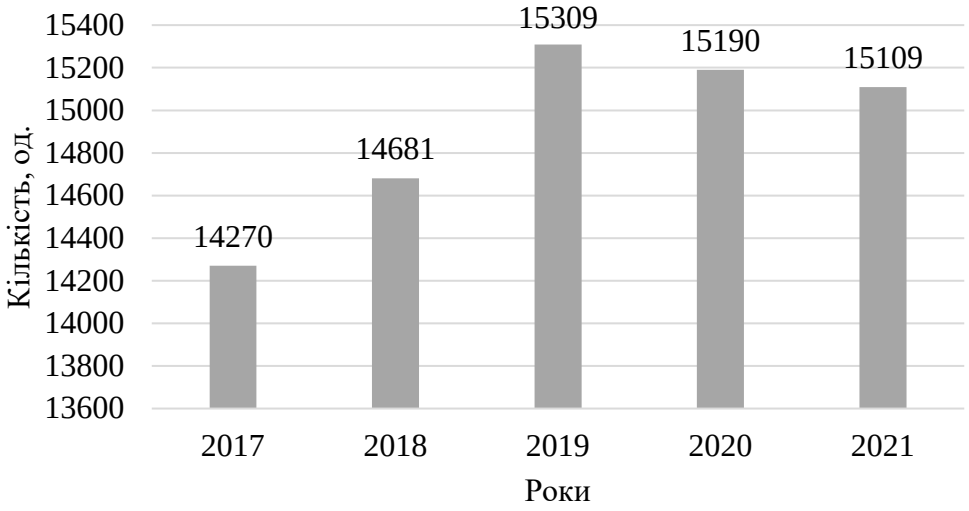


Рис. 2 - Динаміка розвитку підприємств харчової промисловості України за 2017–2021 рр. [6]

З рисунку помітно, що кількість підприємств нестабільна і стрімко зростала з 2017 по 2019 рік, а потім почала зменшуватись та зменшується і до тепер. Найбільша кількість підприємств функціонувала у 2019 році – 15309 одиниць. У 2021 році їх кількість незначно, проте скоротилася на 1,3% у порівнянні з 2019 роком. Воєнні дії також негативно вплинули на кількість діючих у галузі підприємств: деякі з них були фактично знищені, деякі опинилися на окупованих територіях, були змушені евакуюватися, втратили зв'язок з основними постачальниками тощо.

Загалом, станом на вересень 2022 року 19,2% підприємств галузі майже зупинили свою роботу, а 7,7% зупинили роботу повністю (рис. 3).

Більша частина підприємств залишилися діючими, проте відчули негативний вплив воєнних дій і були змушені зменшити обсяги робіт за тими чи іншими обставинами. Серед них 30,8% підприємств були змушені зменшити обсяги робіт, а 15,4% працюють частково.

Якщо розподілити підприємства харчової промисловості України у розрізі регіонів, то можна буде визначити у якій області країни зосереджена найбільша їх кількість (рис. 4).



Рис. 3 – Стан бізнесу з виробництва харчових продуктів по відношенню до 24 лютого 2022 року [1]

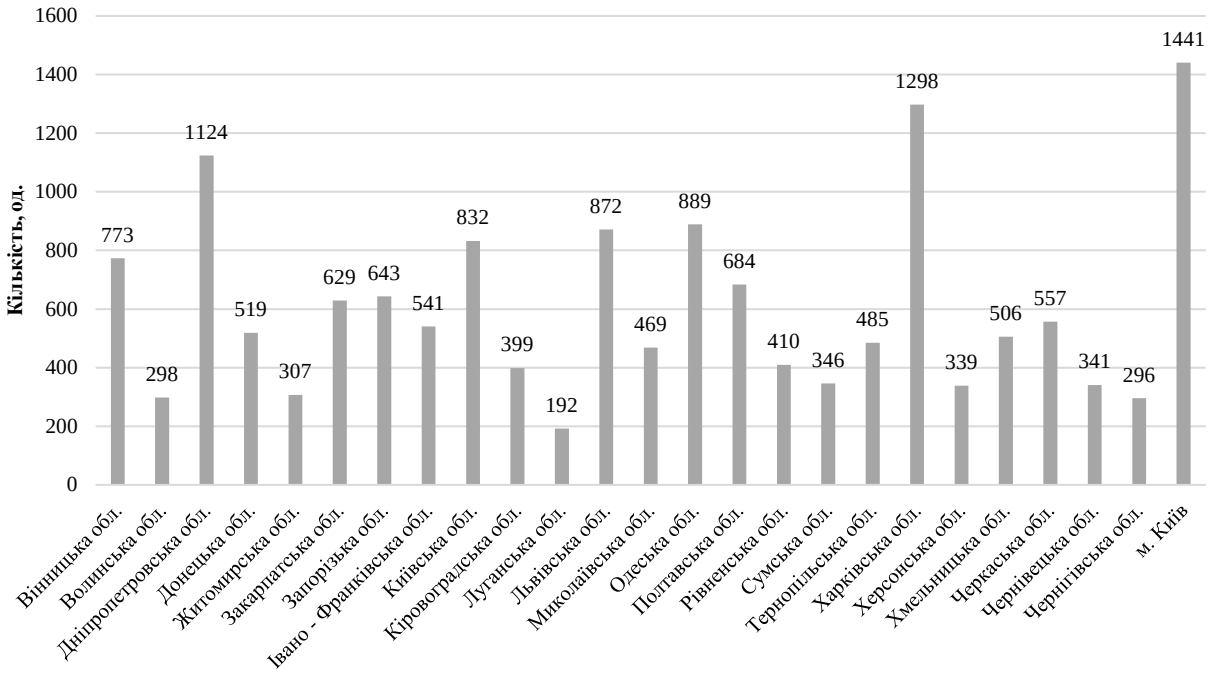


Рис.4 – Розподіл підприємств харчової промисловості України за областями станом на 2020 рік., од. [6]

З рисунку 3 помітно, що найбільша кількість підприємств галузі харчової промисловості станом на 2020 рік зосереджена в місті Києві – 9,5% від загальної кількості. Також серед лідерів опинилися такі області як Харківська – 8,5%, Дніпропетровська – 7,4%, Одеська – 5,9%, Львівська – 5,7%, Київська – 5,5%, Вінницька – 5,1%. Найменша кількість підприємств, що виробляють продукти харчування зосереджена в Луганській – 1,3%, Чернігівській – 1,9%, Житомирській – 2% та Волинській – 2% областях. Таке розміщення підприємств зумовлене розподілом природних ресурсів та специфікацією діяльності на їх території.

В результаті воєнних дій сьогодні майже, або повністю зупинили свою діяльність 63,6% суб'єктів господарювання на Сході України, 41,8% на Півдні, 31,8% на Півночі, 31,3% в Центральній України і 22,6% на Заході [1]. Відтак, наслідки воєнних дій для малого, середнього та великого бізнесу помітні неозброєним оком, а втрати, що несе економіка України безмежні.

Глобалізація діяльності підприємств може стати однією з умов активізації їх діяльності. Сюди можна віднести експорт,

імпорт продукції, іноземні інвестиції, міжнародну співпрацю, франчайзинг. Проте через неоднозначність законодавства, нестабільної економічної та політичної ситуації, невідповідність технологій виробництва міжнародним стандартам багато підприємств галузі не мають змоги глобалізувати свою діяльність. Сьогодні це ще один фактор, що залишається негативним. Однак, близько 43,6% підприємств України вже сьогодні зорієнтовані на розвиток експорту.

Окрім повномасштабних воєнних дій, серед зовнішніх факторів негативно впливає і призупинення державної підтримки малого та середнього бізнесу. За результатами опитування 28% власників бізнесів зазначають, що недоступність кредитних коштів, зокрема програми «5-7-9», кредитів під 0% негативно впливають на розвиток їх підприємств під час війни [1].

Загалом, через воєнні дії стає неможливим підтримувати належні соціальні, демографічні та культурні умови діяльності, не кажучи вже і про розвиток національних технологій. Такі фактори мезорівня як розвиток інфраструктури, освіти та науки, підтримки належного рівня життя населення також відсуваються на другий план.

Серед факторів макрорівня, що впливають на конкурентоспроможність галузі харчової промисловості було визначено постачальників, споживачів, конкурентів та посередників.

Опитані власники підприємств зазначають, що в результаті воєнних дій було зруйновано багато ланцюгів постачання, а логістика стала довгою і дорогою [1]. Також, серед перешкод, що найбільше заважають діяльності підприємці зазначають зменшення кількості платоспроможного населення. Це ще один фактор, що негативно впливає на галузь в цілому. З початку війни Україну покинуло близько 3 млн. осіб, і це лише дані офіційної статистики. Насправді, українців, що поїхали з країни може бути набагато більше, а це в свою чергу зменшує як попит на продукти харчування так і кількість кваліфікованого персоналу.

Війна знищує все на своєму шляху і допоки вона триває, країна не може відновлюватися та сприяти розвитку бізнесу.

Такі умови зовнішнього середовища зумовлюють надзвичайно негативну середу для діяльності таких стратегічно важливих галузей національного господарства як харчова промисловість. Непрогнозованість розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку продовжує заважати відновленню та подальшому розвитку діяльності суб'єктів господарювання.

Серед позитивних аспектів, що підтверджують конкурентоспроможність галузі є те, що 33,4% підприємств вже адаптувалися до подій, що відбуваються, і мають стратегію дій.

Загалом, майже 70% всіх підприємств України долучилися до волонтерської активності і допомагають Україні перемогти у війні – керівники та співробітники допомагають у міру своїх особистих можливостей, підприємства долучаються до волонтерства, передають безкоштовно, або по собівартості значну частину своєї продукції для потреб армії, або населення, що постраждало в наслідок війни, надають робочі місця, сплачують податки. Кожний вносить свій вклад навіть не дивлячись на несприятливі обставини їхньої діяльності.

Висновки. За результатами проведеного дослідження встановлено, що повномасштабна війна на території України та її наслідки призвели до формування надзвичайно негативного політичного, економічного середовища діяльності малого, середнього та великого бізнесу на території України. Галузь харчової промисловості має постійний попит на продукцію, оскільки виготовляє товари першої необхідності, однак також потерпає від воєнних дій – скорочується чисельність суб'єктів господарювання, зменшуються обсяги виробництва. Воєнні дії негативно вплинули на спроможність держави до підтримки підприємств, а також на забезпечення належного розвитку інфраструктури, науки та освіти, належного рівня життя населення. Підприємствами було втрачено велику кількість споживачів їхньої продукції, були зруйновані ланцюги постачання. Багато українців покинули країну, багато загинуло.

Війна вносить обставини непереборної сили, які заважають відновленню, розвитку та створенню нових підприємств.

Серед заходів, що бізнес застосовує для адаптації до сучасних умов та продовження своєї діяльності є розробка стратегій та бізнес-планів, а також орієнтація на експорт – здійснюється переорієнтація на зовнішні ринки. Проте відновлення бізнес процесів можливо лише за умови закінчення воєнних дій.

Список літератури:

1. Стан та потреби бізнесу в Україні: секторальний розріз, вересень 2022 – Режим доступу : https://business.diia.gov.ua/uploads/4/24851-stan_ta_potrebi_biznesu_v_ukraini_sektoral_nij_rozriz_veresen_2022.pdf
2. Греджева Т. В. Конкуренція в підприємницькій діяльності: теоретичні аспекти / Т. В. Греджева // Облік і фінанси АПК 2. - 2009. – С. 13-17.
3. Борисова Т.М. Конкурентоспроможність галузі: детермінанти формування та сучасні методи оцінювання / Т.М. Борисова // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 1. С. 54–60.
4. Самодай В. П. Оцінка конкурентоспроможності підприємства та оптимізація його діяльності / В. П. Самодай, Ю. П. Машина, Н. В. Руденко // Інтелект XXI. - 2022. - № 1. - С. 20-26. - Режим доступу: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2022/2022_1/5.pdf
5. Литвинюк О.П. Оцінка факторів конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської промисловості. URL: http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12372/1/1-8.pdf.
6. Державна служба статистики України: статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

Бібліографічні описи/Библиографические описания/Bibliographic descriptions

Конкурентоспроможність галузі харчової промисловості України в умовах війни / В.В. Рижих // Електронная збірка наукових праць «Е-КОНОМІКА». – Х. :НТУ «ХПИ». – 2022. - № 1(6). – С. 35-40

Competitiveness of the Ukrainian food industry in war conditions / V.V. Ryzhykh // Electronic collection of scientific papers "E-CONOMICS". – Kharkiv : NTU "KhPI". - 2022. - №1(6). - P. 35-40

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Рижих Валерія Валеріївна – студентка, Чорноморський національний університет імені Петра Могили, e-mail: ryzhikh2001@gmail.com

Ryzhykh Valeriia – student, Petro Mohyla Black Sea National University, e-mail: ryzhikh2001@gmail.com

Посилання на статтю / Reference to the journal article:

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ [Електронний ресурс] / В.В. РИЖИХ // «Е-КОНОМІКА». Електронна збірка наукових праць. – 2022. – № 1 (6). – С. 35-40. – Режим доступу до журн.: http://e-conomics.hpi.kh.ua/index.php/journal/article/view/108