

DOI: <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-52-3>

УДК 338.242:664

*Костюк М.В., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
virtooso@gmail.com  
ORCID: 0009-0002-2920-8393*

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙ**

***Анотація.** В статті розглянуто економічна сутність конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості на засадах інформаційно-інноваційних технологій для підвищення ефективності логістичної системи в галузевій структурі споживчого ринку. Запропоновано власне тлумачення поняття економічної сутності «конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості». Наведена загальна блок-схема стимулюючих та дестимулюючих чинників, що обумовлюють посилення та послаблення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. Пропоновані чинники потенційних переваг харчової промисловості в країні мають взаємозв'язок між собою для підвищення конкурентоспроможності підприємствами в структурній перебудові галузей на засадах переваг ЄС, інформаційно-інноваційних технологій та продовольчого забезпечення.*

***Ключові слова:** конкуренція, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, харчова промисловість, підприємства, інновації.*

**JEL code classification: F01, F15, F21, F23**

**Постановка проблеми.** Галузі харчової промисловості є найважливішими для розвитку економіки України, а стабільність їх життєдіяльності, на наш погляд, пов'язано, в першу чергу, із регулюванням державою конкурентоспроможності підприємств приватного сектора бізнесу, які найбільш мобільні до змін ринкових умов в економічному ланцюзі країни. Саме підприємства харчової промисловості, за сприятливих умов роботи, здатні формувати поетапні кроки підвищення рівня конкурентоспроможності країни та забезпечити покращення рівня життя населення, створюючи додаткові робочі місця та розвивати діловий імідж.

В сучасних умовах ринкових відносин пріоритетним напрямом для підприємств харчової промисловості в умовах глобалізаційних викликів, є стабілізація їх конкурентних переваг на засадах інноваційних технологій в технологічного циклу. Тобто, належну здатність конкурувати н ринку набувають ті підприємства, що мають ефективно функціонуючі і конкурентоспроможні стимули швидкого просування продукції на експорт, пристосовані до змін в інтенсивному зовнішньому середовищі, приймаючи ефективні рішення та формуючи свою діяльність у відповідності зі стратегією власного розвитку.

З урахуванням впливу глобалізаційних процесів, для підвищення та забезпечення рівня конкурентоспроможності українських підприємств харчової промисловості, необхідним, на наш погляд, є пошук методів захисту щодо збереження їх конкурентоспроможності шляхом впровадження технологічного реінжинірингу в усі сфери їх діяльності, створення і просування екологічно безпечних і високоякісних продуктів харчування. Крім того, розвиток підприємств харчової промисловості, на наш погляд, неможливий без удосконалення та запровадження ефективних переваг з боку держави. Тому вище наведене потребує вивчення сутності понятійно-категоріального апарату «конкурентоспроможність» та його класифікації, аналізу зовнішнього середовища та внутрішньої структури при яких підприємства харчової промисловості функціонують за певних резервів і використовують методи оцінки конкурентоспроможності для отримання захисту і державної підтримки, а також ефективного регулювання таких процесів.

Недостатня увага до діяльності підприємств харчової промисловості з боку держави та експертного оточення, приводять до виробництва продукцію низької якості, часто використовуючи шкідливі для людини домішки, забруднюють навколишнє середовище, програють конкурентну боротьбу серед іноземних товаровиробників, слабо представлені на ринках розвинутих країн та демонструють низький рівень організаційно-економічної координації серед партнерів по бізнесу. У зв'язку із цим концепт дослідження в напрямку підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості, які на рівні із суб'єктами агробізнесу є гарантами продовольчої безпеки країни, потребують поглибленої інтеграції у європейському цивілізованому просторі. І, в контексті євроінтеграції Україна імплементує у своє правове поле стандарти якості продовольчого виробництва та споживчу культури європейських норм та вимог. Одним із найважливіших вимог є забезпечення продовольчих потреб споживачів країни безпечною та якісною продукцією переробно-харчового виробництва. Від якості харчової продукції залежить здоров'я населення, його добробут, інтелектуальні можливості, а також видатки на охорону здоров'я. Саме тому, необхідно реформувати систему (механізми) конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості, надаючи пріоритет саме інноваційному і екологічно безпечному бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Багато вітчизняних вчених розглядають аспекти конкурентоспроможності підприємств та внесли вагомий внесок у їх вивчення, а саме: О.Б. Альохін [1], Л.Л. Антонюк [2], В.В. Баєва [3], В.В. Венгер [5], Л.В. Дейнеко [8] та інші. Вагомий внесок у вивчення проблем взаємодії підприємств харчової промисловості із суб'єктами сільського господарства та малого агробізнесу при концептуальних засадах підвищення конкурентоспроможності внесли наступні вчені: Х.О. Баранюк [4], К.Б. Волощук [6], В.В. Губіна [7], В.І. Хрипюк [17], О. Нельсон, В. Мансілла, С. Сепульведа [22], Д. Праджого, Дж. Ольхагер [23] та інші. Проте деякі питання зістаються дискусійним щодо ефективних методів та інструментів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

**Формулювання цілей статті.** Дослідження присвячено визначенню економічної сутності конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості на засадах інновацій, які уособлюють в собі інформатизовану систему інноваційних технологій для підвищення ефективності логістичної системи в галузевій структурі споживчого ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Структурна перебудова харчової промисловості є однією з головних умов досягнення глобальної мети – підвищення якості життя населення країни. Досягнення цієї мети визначається як сприянням підвищення конкурентоспроможності виробництва вітчизняних товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках, так і підвищенням частки галузей, що виготовляють продукцію з високим ступенем переробки та зайнятості населення. При цьому, розвиток наукомістких галузей на основі технологічного прориву є найважливішим стратегічним завданням, рішення якої ускладнюється посиленням процесу інтеграції та глобалізаційних викликів [16].

Структурна перебудова – це зміна складу і співвідношення галузей на користь пріоритетних, уособлюють сутність і спрямованість трансформаційного періоду, коли особливо зростає значимість конкурентоспроможності [13].

Формування конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості характеризується частотою і глибиною структурних перетворень, обумовлених необхідністю технологічного оновлення виробництва та його пристосування до мінливих внутрішніх і зовнішніх умов. Здійснення масштабних проектів щодо соціально-економічного розвитку країни сприятиме вирішенню цієї задачі, оскільки проведені заходи щодо перебудови нової економічної системи, докорінні зміни у господарських відносинах, створення правової бази, проведення економічних перетворень – створили основу ринкової економіки та перехід до наступного етапу розвитку із структурною трансформацією та підвищенням на цій основі економічного зростання [13].

У період розвитку ринкових відносин сучасна структура підприємств харчової промисловості складається під безпосереднім впливом об'єктивних інформаційно-інноваційних тенденцій соціально-економічного розвитку. Швидке зростання масштабів виробництва, ускладнення внутрішньогалузевих і міжгалузевих зв'язків, розширення і постійне оновлення

номенклатури та асортименту продукції та товарів, виникнення нових виробничих і харчових галузей викликають необхідність вдосконалення структури харчової промисловості. Для вирішення комплексу складних задач (структура харчової промисловості відноситься до цієї категорії) в теоретико-методичному аспекті, виникає необхідність у застосуванні системних досліджень і методів системного підходу.

На сучасному етапі системний підхід представляє в значній мірі сукупність різних, іноді не пов'язаних між собою моделей і способів опису систем різного типу. Серед них особливе місце займають якісні концепції систем, досліди з побудови теоретичних моделей. У сучасних дослідженнях системно-структурних об'єктів мають місце три основних напрямки: структурно-функціональний аналіз, структуралізм і системний аналіз. Крім того, в самому структуралізмі є різні напрямки. Виходячи з цього, у дослідженнях структурної перебудови харчової промисловості необхідно спиратися на напрями формування найважливіших етапів прогнозування вектору розвитку економічної системи та конкурентоспроможності суб'єктів за галузевим напрямом. У вітчизняних дослідженнях є певні думки з формування галузевої структури харчової промисловості, що залежать від цілого комплексу чинників. При цьому ми виходимо із зростаючої ролі інвестицій у відношенні структурних зрушень в економіці, прискоренні якісних показників господарської діяльності на всіх рівнях [14].

Досліджуючи питання оптимізації галузевої структури харчової промисловості, в теоретичному аспекті, необхідно зробити висновок, що вона постійно змінюється відповідно до нових принципів. Одним із таких принципів є принцип зовнішніх доповнень, пов'язаний з використанням декількох критеріїв: при вирішенні низки взаємопов'язаних питань оптимізації (структури харчової промисловості) число критеріїв повинно бути не менше числа вирішуваних (цілей). Для другої мети необхідний інший критерій, для третьої – доповнюючий (додатковий). Для кожної оптимізації потрібен новий критерій [12].

Структурні зрушення в економіці харчової промисловості демонструють розгорнуту картину процесів, що відбуваються в її галузях і сприяють побудові довгострокових прогнозів з урахуванням наявного потенціалу розвитку господарських зв'язків в економічній системі суб'єктів. Таким чином, вивчення теоретико-методичних аспектів формування конкурентної структури харчової промисловості дозволяє згрупувати основні напрямки дослідження у наступній послідовності:

- виявлення факторів, що впливають на формування галузевої (переробно-харчової) структури: структура потреб суспільства, темпи економічного розвитку, наявність природних ресурсів, розвиток інтеграційних процесів; напрямок і темпи впровадження інновацій, ринкова кон'юнктура, форми організації виробництва; глобалізація фінансових ринку та інше;

- класифікація галузевих (переробно-харчових) структур: галузі, що виробляють як готову продукцію так напівфабрикати. Провідними галузями харчової промисловості є цукрова, м'ясна, молочна, олійно-жирова, плодоовочеконсервна, кондитерська, спиртова, виноробна, соляна;

- дослідження теорії галузевих ринкових структур: регулювання і дерегулювання галузей харчової промисловості, інтелектуальна привабливість; визначення кількісних показників фундаментальної моделі траєкторії розвитку структури харчової промисловості; визначення будови галузі на основі «п'яти» конкурентних ефектів за масштабом конкуренції;

- вдосконалення структури галузей харчової промисловості методами моделювання напрямків експортно-орієнтованих виробництв, а також технологічних меж та інновацій;

- вдосконалення методів державного регулювання галузевої реструктуризації харчової промисловості, правової та законодавчої бази в напрямку інтеграційного середовища;

- перебудова структури харчової промисловості на засадах логістичних систем із посиленням мережевої комунікації через інформаційно-інноваційні технології.

Однак, основні напрями посилення перебудови структури харчової промисловості повинні бути розглянуті з позиції її впливу на конкурентоспроможність підприємств галузевого напрямку, оскільки на етапі формування ринкових відносин саме завдяки конкуренції, в основному, усуваються суперечності між попитом і пропозицією, співвідношення між якими

впливає на рівень ринкової ціни. В даний час поняття конкурентоспроможності по-різному трактується в економічній літературі, але на нашу думку, це завдання потребує поглибленого аналізу та оцінки, оскільки вирішуватися воно повинне на основі узгодженого застосування теоретичного і прикладного апарату необхідно з позиції структуру галузевих ринків, які розвиваються згідно теорії конкуренції та концепції конкурентоспроможності [15].

Конкуренція в перекладі з латинської означає «зіштовхування», «змагання» і висловлює собою форму взаємного суперництва суб'єктів ринкової економіки.

Конкуренція – це суперництво господарюючих суб'єктів, при якому самостійними діями кожного з них виключається або обмежується можливість кожного з них в односторонньому порядку впливати на загальні умови обігу товарів на відповідному товарному ринку [16].

Теорія конкуренції закладена роботами А. Сміта, М. Портера, Ф. Котлера, К. Макконела, С. Брю та інших вчених. Розкрити економічну сутність поняття конкурентоспроможності не менш складно, оскільки дана економічна категорія належить до найбільш важливих інтегрованих характеристик, що застосовуються для аналізу економічного стану конкретного підприємства харчової промисловості.

В даний час існують різні точки зору на визначення понять конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції.

Конкуренція – змагання між економічними суб'єктами (підприємствами, галузями, державами тощо) за обмежені ресурси, (матеріальні, фінансові, людські, виробничі, інформаційні, інтелектуальні, часові тощо) за допомогою пошуку оптимальних методів вирішення існуючих завдань, які, в кінцевому підсумку, слугують інтересам всього суспільства і стимулюють перехід економічної системи на новий етап розвитку [10]. Дане трактування конкуренції базується на обліку сучасних тенденцій, об'єднуючи підходи до конкуренції, з позиції боротьби, стимулу, які є запорукою розвитку суспільства і виведення економічної системи на новий етап розвитку.

Конкурентоспроможність, як і конкуренція, має неоднозначне тлумачення у вітчизняній і зарубіжній літературі. Виходячи з проведеного аналізу визначень поняття «конкурентоспроможність», були виявлені ознаки, що розкривають сутність даної категорії [3; 5; 9–11]:

- конкурентоспроможність проявляється та існує в умовах ринку;
- поняття «конкурентоспроможність» багато варіативне та володіє властивістю універсальності й поширюється як на об'єкт (товар, продукція, послуга), так і на суб'єкт (підприємство, галузь, країна в цілому) ринкових відносин;
- конкурентоспроможність володіє багаторівневою структурою (товарна, мікро-, мезо- та макрорівень), на кожному з яких використовується набір індивідуальних характеристик для визначення конкурентоспроможності;
- конкурентоспроможність – непостійна, динамічна категорія, що обумовлено зміною зовнішнього середовища;
- конкурентоспроможність – відносна величина, де базою для порівняння виступають показники конкурентів за аналогом виробництва продукції.

Аналіз існуючих наукових підходів до вивчення поняття конкурентоспроможності з позицій теорії конкуренції дозволив, по-перше, констатувати відсутність єдності поглядів на сутність цієї категорії, а по-друге, сформулювати основні вимоги до її інтерпретації відносно підприємства, як об'єкту дослідження [9], за наявності:

- п'яти змістоутворюючих елементів сутності конкурентоспроможності: підприємство, конкурентоспроможність якого оцінюється; споживач, який своєю поведінкою визнає або не визнає цю конкурентоспроможність; конкуренти, щодо конкурентоспроможності яких оцінюється підприємство; постачальники, що надають підприємству, у порівнянні з конкурентами, унікальні або дешеві сировинні ресурси; інвестори, які вважають доцільним вкладати кошти в підприємство; відображення динамічний характер конкурентоздатності;
- мети підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- динамічних властивостей конкурентоспроможності, враховуючи присутність умов зростання останньої;
- інституційного сектора, який має визначальну місію у підвищенні конкурентоспроможності.

З урахуванням сформульованих вимог нами запропоновано власне трактування «конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості», під яким необхідно розуміти його здатність, використовувати оптимальні можливості щодо власних ресурсів, формувати внутрішнє і зовнішнє інституційне забезпечення, створювати конкурентні переваги, що дозволяє в поточному, операційному та майбутньому часовому періоді збільшувати привабливість для споживачів, постачальників та інвесторів, зберігаючи при цьому свою фінансову стійкість і динамічну здатність до збільшення ринкової вартості активів, ділової репутації та іміджу в бізнесі в порівнянні із конкурентами.

Сформульоване визначення володіє такими відмітними особливостями: є пряма вказівка на ефективне використання ресурсів як умови конкурентоспроможності підприємства; відображено напрям вдосконалення внутрішнього інституційного середовища та ефективного використання зовнішнього; присутній орієнтир на довгостроковий період стійкості і динаміки вартості бізнесу, відображена інноваційна складова поняття конкурентоспроможності.

Спираючись на розуміння конкурентоспроможності провідними експертами в сфері конкурентоспроможності, можна її уособлювати як набір факторів, інститутів, і напрямів політики підвищення рівня продуктивності та збереження добробуту населення [9].

З економічної точки зору конкурентоспроможність складається з двох частин: адаптованості та інноваційності. Адаптованість являє собою здатність швидкого пристосування до підприємств-конкурентів з метою підвищення продуктивності праці і збільшення якості власної продукції виробництва. Відносно конкурентоспроможності в частині інновацій, у вона сприяє в умовах невизначеності підвищувати економічне зростання підприємства. В умовах посилення конкурентоспроможності у виготовленні продукції харчової промисловості особливу увагу слід звернути на весь шлях її просування на ринок, оскільки головним завданням при вивченні ринку є визначення тривалості життєвого циклу продукції – від зародження до початку насичення ринку.

За останніх тенденцій вчені намагаються проводити дослідження в області конкурентоспроможності та її впливу на структуру харчової промисловості через призму «старої і нової конкуренції», тобто визначенню конкурентоспроможності з позиції наявних потенційних переваг підприємства в різних економічних системах.

Необхідними умовами переходу підприємств харчової промисловості на більш високу стадію конкурентоспроможності є: механізм формування факторів виробництва; кількість і якість факторів, їх постійний розвиток; внутрішньогалузева конкуренція і вдосконалення структури харчової промисловості; вдосконалення попиту, націлене на випуск нових виробів на основі структурних зрушень галузей харчової промисловості; здатність до організації нового бізнесу великих компаній харчової промисловості, що конкурують на світовому ринку. Загальна блок-схема стимулюючих та дестимулюючих чинників, що формують конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості представлено на рис. 1. Пропоновані чинники потенційних переваг харчової промисловості в країні мають взаємозв'язок між собою для підвищення конкурентоспроможності підприємствами в структурній перебудові галузей на засадах преференцій ЄС, інформаційно-інноваційних технологій та продовольчого забезпечення.

Як показує світовий досвід, усталеної конкурентоспроможності досягають ті підприємства харчової промисловості, що можуть оптимально реалізувати свої конкурентні переваги, орієнтуючись, зрештою, на постійне підвищення продуктивності праці, суттєве зменшення по відношенню до конкурентів рівня безробіття, цін, енерго- та матеріаломісткості продукції, екологічного навантаження, включаючи не лише період виготовлення та експлуатації, а й враховуючи утилізацію.

Сучасні профілі конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості проявляються в наступних складових: виробничо-ресурсному, фінансово-інвестиційному, інформаційно-інноваційному, законодавчо-управлінському [11].



**Рис. 1. Блок-схема взаємопов'язаних стимулюючих та дестимулюючих чинників формування конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості**

*Джерело: удосконалено за даними [3; 5; 9–11]*

Реалізація виробничо-ресурсної складової конкурентоспроможності підприємств переробної промисловості можлива за умов подолання глобалізаційних викликів, що становлять для них реальну загрозу для забезпечення продовольчій безпеці країни [11]:

- низька ефективність вітчизняного виробництва харчової переробної продукції внаслідок надмірної матеріало- та енергоємності, високого рівня зносу основних активів, застарілі виробничі технології у галузях виробництва харчової промисловості, і, як наслідок, низький рівень продуктивності праці;

- деформована структура виробництва харчової переробної продукції, яка нівельована на національному рівні та не відповідає нормам та стандартам світового рівня, надмірна питома вага галузей з низьким ступенем переробки сільськогосподарської сировини;

- масова збитковість підприємств переробної промисловості, їх економічна неспроможність забезпечувати себе власними джерелами та акумулювати ресурси за рахунок існуючих потенційних, занепад системи відтворення виробничого та ресурсного потенціалів, а також незначний рівень інвестиційної привабливості;

- руйнування коопераційних зв'язків підприємств переробної промисловості із суб'єктами сільського господарства через їх реолакацію на безпечні території, спричинене величезними масштабами кредиторської та дебіторської заборгованості і кризою неплатежів, відсутність замкнених циклів виробництва стратегічно важливої харчової переробної продукції;

- наявність кризисних тенденцій на сировинних і споживчих ринках, безпорадність реагування підприємств харчової промисловості на інфляцію на ринку (необґрунтовані підвищення цін, диспаритети цін на сільськогосподарську та промислову продукцію), масові порушення прав споживачів;

– недостатність власної сировинної бази сільського господарства, особливо тих її компонентів, які потрібні для підприємств харчової промисловості, які змушені використовувати імпорту ресурсну базу; нераціональна структура українського експорту харчової промисловості, в якій домінує вивіз субпродуктів та сировинних ресурсів, а також субпродукції з низьким рівнем переробки;

– неефективне використання природних ресурсів і земельних угідь, зниження родючості ґрунтів; занепад сільських територій через відсутність грантів на відновлення інфраструктури.

Зокрема, у харчовій промисловості Україна в період воєнного стану найбільші втрати потенціалу конкурентоспроможності пов'язані з призупиненням розвитку сільського господарства та деформації інфраструктури аграрного ринку, перешкодою у виборі характеру виробничої діяльності на засадах приватної власності на землю. Державна підтримка заходів щодо здійснення реформи в харчовій промисловості (фінансування організаційних заходів на регіональному рівні, ефективна цінова політика тощо) забезпечать не тільки продовольчу безпеку, але й розвиток експорту конкурентоспроможної продукції харчової промисловості.

У фінансово-інвестиційній складовій низька конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості обумовлена [11]:

– недосконалістю фінансово-бюджетної системи, відсутністю прозорості та неефективністю контролю бюджетних витрат;

– фіскальним характером податкової системи, що стримує розвиток виробництва;

– неспроможністю банківської системи забезпечувати пільгове кредитування реального сектору економіки, браком власних ресурсів та значної частки іноземного капіталу в банківських установах;

– нераціональним використанням іноземних кредитів від Європейських фінансових установ на цільові напрями розвитку харчової промисловості, які на жаль не передбачають гарантовані механізми їхнього повернення;

– безрегульованістю та часткового призупинення інвестування іноземного капіталу галузі харчової промисловості, спроможного принести доходність та фінансову стабільність;

– неврегульованістю законодавства відносно спільного розподілу ресурсів між партнерами підприємств харчової промисловості, яке існує в усьому світі і є загально визнаним заходом вдалої реалізації інноваційних технологій в технологічному циклі виробництв екологічної продукції;

– наявністю великого внутрішнього і зовнішнього боргу перед кредиторами. На сьогодні загрозовими є такі обставини:

– по-перше, обмежені можливості та низький потенціал покриття внутрішнього та зовнішнього кредитного боргу, що призводить до необхідності його постійної пролонгації, або пошуку інших джерел його покриття, що провокує стрімкий розрив між реальними та потенційними можливостями підприємств харчової промисловості оминати «боргові піраміди»;

– по-друге, тенденція нарощування обсягу кредитного боргу провокує виникненням короткоциклічного терміну мобілізації значних ресурсів, в яких є потреба у галузях харчової промисловості для безперебійного виробництва продукції;

– по-третє, формується нераціональна структура зовнішнього кредитного боргу з превалюванням короткотермінових приватних кредитів. Обсяг короткострокового зовнішнього кредитного боргу за залишковим принципом термінового погашення для реального сектора економіки, в тому числі харчової промисловості за 2023 р. зріс на 2.7 млрд. дол. США і становив 40 млрд. дол. США. Найголовніше, що створюється загроза втягування України в дефолтну фазу із усіма негативними наслідками для харчової промисловості, чого допустити ніяк не можна. Це негативно впливає на кредитний рейтинг України в цілому, і, зокрема, на конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості, обмежуючи масштаби їхньої участі у системі господарських зв'язків на світовому ринку агропереробної продукції.

Інформаційно-інноваційна складова конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості є найважливішим драйвером їх конкурентних переваг та побудови якісних логістичних систем. Так, інформаційно-інноваційні технології не тільки змінює рівень конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості за галузевим напрямом, але й забезпечує впровадження нових типів галузевої мережі в логістичній системі, пов'язуючи реальні об'єкти з віртуальними за допомогою інформаційних потоків. Біо-, нанотехнології, штучних інтелект, «розумні» технології 3D стають платформою розвитку нової моделі активної галузевої мережі, що сприяє підвищенню технологічного, еколого-економічного і соціального відновлення харчової промисловості задля збалансованого продовольчого забезпечення населення, забезпечуючи, таким чином, високий рівень конкурентоспроможності та економічного розвитку [6; 11].

Швидкі темпи продукування продуктів харчової промисловості в логістичній системі за умови використання інформаційно-інноваційних технологій у глобальному масштабі сприяють розвитку галузевої мережі зі своїми характерними особливостями комунікації. Галузева мережа підприємств харчової промисловості та їх активізація через інформаційно-інноваційні технології на споживчому ринку забезпечує формування структурних її елементів, які базуються на сукупності принципів та теорії маркетингу, розвитку, екологізації, інформатизації, враховуючи динамічність та нестабільність на сучасному етапі глобальної економічної інтеграції. Водночас, вони активізують розвиток бізнес-структур щодо постійного оновлення ідей, розробок та просування продукції харчової промисловості через логістичні системи на макро-, мего- та мікрорівні, стимулюючи збутову діяльність, господарські зв'язки та конкурентні переваги на ринку товарів [11].

Розширення глобальної галузевої мережі підприємств харчової промисловості в електронному середовищі із своєчасним процесом перетворення традиційних економічних суб'єктів (підприємств) в мережеву структуру збутової діяльності дозволяє вводити інновації в логістичні системи для збільшення обсягів збуту конкурентоспроможної продукції харчової промисловості, яким характерна соціалізація та інформатизація. В свою чергу, інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості, складає їх рівень конкурентоспроможності в міжнародному просторі. При цьому, підвищення конкурентних переваг певного підприємства за галузевим напрямом харчової промисловості в істотній мірі залежить від дій суб'єктів управління та етапів реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності [19; 28]. Тому, на нашу думку, саме через інформаційно-інноваційні технології підприємств харчової промисловості можуть збільшити вплив на логістичні системи просування продукції на споживчому ринку (рис. 2).

Стадій трансформації розвитку підприємств харчової промисловості, залежно від ступеня високотехнологічних логістичних систем, оскільки за обраної стратегії використання інформаційно-інноваційних технологій, створюється як внутрішня система Інтранет-середовища (на цьому етапі інформаційно-інноваційні технології використовується як інструмент для реалізації ефективної логістичної системи підприємств у внутрішньому середовищі країни), так і зовнішня система типу Екстранет-середовище (прозора для партнерів система обслуговування клієнтів, яка працює як візитна картка або довідник підприємств на ринку). Залучення підприємств харчової промисловості до логістичної системи на споживчому ринку через галузеву мережу на засадах інформаційно-інноваційних технологій має зворотній зв'язок (вводиться прайс замовлень на продукти харчування через CRM-системи) та уможливорює підвищення якісних ознак комунікацій в автоматизованому процесі закупівель і просування продуктів до кінцевого споживача через логістичні ланцюги [18].

Оцінювання ефективності використання інформаційно-інноваційних технологій підприємствами харчової промисловості, зокрема, використання CRM-систем за технологією SaaS, проводиться на основі зіставлення основних параметрів активізації логістичних систем на споживчому ринку та обчислення показників чистого приведенного доходу із урахуванням критеріїв, які обґрунтовують ефективність експлуатації таких систем (питомий обсяг реалізації продуктів харчування за допомогою інформаційно-інноваційних технологій, в тому числі на одного працівника відділу маркетингу на рік, співвідношення обсягу реалізації продуктів харчової промисловості через галузеву мережеву CRM-систем та обсягу реалізації продукції в



звичайній торговій мережі; ефективність грошового потоку від реалізації продуктів харчової промисловості через галузеву мережеву CRM-систем, економічний ефект від скорочення часу на виконання потоку операцій працівниками відділу маркетингу з просування продуктів харчової промисловості на європейському ринку), дозволяє оцінити ефект від впровадження інновацій та визначити їх ефективність.



**Рис. 2. Детермінанти розвитку підприємств харчової промисловості в логістичних системах споживчого ринку на засадах галузевої мережі інформаційно-інноваційних технологій**

*Джерело: удосконалено за даними [6; 19; 24; 26]*

Застосування CRM-систем у збутовій діяльності підприємств харчової промисловості на етапі підвищення конкурентоспроможності певної галузі забезпечує розвиток електронної комерції та електронних платіжних систем [25]. CRM-системи в основних процесах збутової діяльності підприємств харчової промисловості підвищують швидкість продажів, забезпечують синхронізацію даних про продажі в логістичних системах, забезпечуючи таким чином, якість обслуговування та зниження операційних витрат на персонал [20]; створення бази підприємств-споживачів харчової промисловості серед учасників CRM-систем з метою підтримки та активізації логістичної системи на споживчому ринку (закупівля, товарообіг, комунікаційна політика, збут, післяпродажне обслуговування) дозволяє зменшити втрати якості комунікації, економити фінансові ресурси та скорочувати загальні трудовитрати [21]; розробка моделей, алгоритмів і складних бізнес-процесів, що вимагають постійного використання CRM-систем в логістичній системі споживчого ринку для зменшення трудовитрат на мережеву комунікацію підприємств харчової промисловості, в тому числі із залученням сторонніх експертів з будь-якої точки світу спонукає до гнучкого управління політикою ціноутворення на продукти харчування [27].

Таким чином, використання інформаційно-інноваційних технологій в галузевій мережі логістичних систем між підприємствами харчової промисловості на споживчому ринку відкриває нові можливості підвищення конкурентоспроможності для реалізації інноваційних

моделей віртуалізації ланцюгів доданої вартості, в результаті чого освоюються нові ринки в глобальному просторі.

**Висновки.** Таким чином, сучасні умови господарювання підприємств харчової промисловості характеризуються складними рівнями технологічного та економічного розвитку, загостренням конкуренції на споживчого ринку. З макроекономічної точки зору, підприємства харчової промисловості знаходяться на низькому рівні мережевої комунікацій, і в цьому випадку, напрямом розвитку економічних суб'єктів виступає оптимізація витрат на впровадження та використання інформаційно-інноваційних технологій. Це істотно оптимізує витрати на збутову діяльність та підвищує комплекс оперативних конкурсних переваг. Така оптимізація витрат повинна спиратись на ретельне дослідження альтернативних варіантів розвитку мережевої структури підприємств в логістичній системі та на засадах інформаційно-інноваційних технологій, і, яка найбільш підходить для конкретної харчової галузі, враховуючи її можливості та специфіку просування готової продукції та субпродуктів на споживчий ринок.

Необхідним використання мережевої структури підприємств харчової промисловості в логістичній системі із використанням інформаційно-інноваційних технологій на споживчому ринку переконують в розширенні «CRM-системи», яка вийшла за рамки лише програмного продукту та переросла в концепцію, спрямовану на побудову стійких ділових відносин з клієнтами, бізнес-стратегію, що спрямована на використання передових інформаційних технологій, за допомогою яких підприємства збирають інформацію про своїх клієнтів на всіх стадіях життєвого циклу (залучення, утримання), із використанням інтересів свого бізнесу шляхом вибудовування взаємовигідних відносин. Крім того, «CRM-система» відображає комунікаційні можливості логістичної системи за допомогою інформаційно-інноваційних технологій, інструментами якої є вивчення конкурентів, аналізу споживчих переваг, поведінки потенційних споживачів. Це уможливило підвищення бізнесу, конкурентоспроможності і освоєння нових ринків збуту, розширення спектру пропонованої продукції відповідно до потреб споживачів.

#### Список використаних джерел:

1. Альохін О.Б., Ванина Н.Н. Застосування методів системного аналізу у задачах планування діяльності щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Економіка: реалії часу*. 2011. № 1. С. 180–186.
2. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія. Київ: КНЕУ, 2004. 273 с.
3. Баєва В.В. Генезис наукових поглядів на конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості. Соціо-еколого-економічний розвиток агропродовольчої сфери України в сучасних умовах: проблеми та шляхи їх розв'язання: монографія. Одеса: Промітей, 2015. С. 97–105.
4. Баранюк Х.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств: дослідження та удосконалення. *Інноваційна економіка*. 2017. № 5-6(69). С. 113–118.
5. Венгер В.В. Теоретичні підходи до визначення поняття «Конкурентоспроможність». *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 8(7). С. 45–48.
6. Волощук К.Б. Концептуальні основи формування інноваційно-інвестиційної моделі підприємств аграрного сектору в умовах розвитку нової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету: економічні науки*. 2013. № 4(1). С. 147–151.
7. Губіна В.В. Механізми підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості: монографія. Харків: Панов, 2015. 204 с.
8. Дейнеко Л.В. Розвиток харчової промисловості України в умовах ринкових перетворень: Проблеми теорії і практики. Київ: Знання, 1999. 331 с.
9. Ковтун О.І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст: монографія. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. 276 с.
10. Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2007. 264 с.
11. Медвідь В.Ю., Бузовська І. Є. Системний підхід щодо визначення змістовних складників конкурентних переваг аграрного сектору економіки в умовах глобалізаційних викликів. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30(69), № 3. С. 45–52.
12. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінки та стратегія забезпечення. Дніпро: Видавництво ДУЕП, 2006. 276 с.
13. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи. Харків: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2003. 328 с.
14. Отенко І.П. Стратегічні пріоритети підприємства: монографія. Харків: Видавництво ХНЕУ, 2008. 180 с.

15. Сумець О.М., Сомова О.С., Пеліхов Є.Ф. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства. Київ : Професіонал, 2007. 208 с.
16. Фаріон І.Д., Бурденюк Т.Г. Концептуальні підходи до визначення конкурентоспроможності підприємств. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Економічні науки*. 2008. № 3. С. 115–127.
17. Хрипюк В.І. Харчова промисловість України: ретроспективний аналіз та сучасні проблеми розвитку. *Економіка АПК*. 2018. № 9. С. 77–86.
18. Allen M.R., Kearney M.W., Cramér V. The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods. Los Angeles, CA: SAGE. 2017. 107 p.
19. Bucalew L.W., Pearson W.H. Critical factors in the Chi-square test of independence: A technique for exploratory data analysis. *Bulletin of the Psychonomic Society*. 1982. Vol. 19(4). P. 225–226.
20. McHugh M.L. The Chi-square test of independence. *Biochemia medica*. 2013. Vol. 23(2). P. 143–149.
21. Mittal V., Kamakura W.A. Satisfaction, Repurchase Intent, and Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics. *Journal of Marketing Research*. 2001. Vol. 38(1). P. 131–142.
22. Nelson O., Mancilla W., Sepúlveda S. Upstream information distortion in the agro food supply chain. *Supply Chain Management: An International Journal*. 2017. Vol. 22(5). P. 411–423.
23. Prajogo D., Olhager J. Supply chain integration and performance: The effects of long term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International Journal of Production Economics*. 2012. Vol. 135(1). P. 514–522.
24. Sargeant A., Lee S. Donor Trust and Relationship Commitment in the U.K. Charity Sector: The Impact on Behavior. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2004. Vol. 33(2). P. 185–202.
25. Sheth J.N., Malhotra N.K., Kitchen P.J., Burgmann, I. Integrated Marketing Communication. Wiley International Encyclopedia of Marketing (Part 4: Advertising and Integrated Communication). Hoboken, NJ: John Wiley and Sons, 2010. 147 p.
26. Thomson M., Mcinnis D.J., Park C.W. The Ties that Bind: Measuring the Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands. *Journal of Consumer Psychology*. 2005. Vol. 15(1). P. 77–91.
27. Tirenni G., Labbi A., Berrospi C., Elisseeff A., Bhose T., Pauro K., Pöyhönen S. Customer Equity and Lifetime Management (CELM) Finnair Case Study. *Marketing Science*. 2007. Vol. 26(4). P. 553–565.
28. Venkatesan R., Kumar V. A Customer Lifetime Value Framework for Customer Selection and Resource Allocation Strategy. *Journal of Marketing*. 2004. Vol. 68(4). P. 106–125.

#### References:

1. Alyokhin, O. B., Vanina, N. N. (2011) The application of methods of system analysis in the tasks of planning activities to increase the competitiveness of enterprises. *Economics: realities of time*, no. 1, 180–186. (in Ukrainian)
2. Antonyuk L. L. (2004) International competitiveness of countries: theory and implementation mechanism: monograph. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
3. Baeva V. V. (2015) The genesis of scientific views on the competitiveness of food industry enterprises. Socio-ecological-economic development of the agro-food sector of Ukraine in modern conditions: problems and ways to solve them: monograph. Odesa: Prometheus, pp. 97–105. (in Ukrainian)
4. Baranyuk H. O. (2017) Methods of assessing the competitiveness of enterprises: research and improvement. *Innovative Economy*, no. 5-6(69), 113–118. (in Ukrainian)
5. Wenger V. V. (2014) Theoretical approaches to defining the concept of "Competitiveness". *Scientific Bulletin of Kherson State University*, no. 8(7), pp. 45–48. (in Ukrainian)
6. Voloshchuk K. B. (2013) Conceptual foundations of the formation of the innovation and investment model of enterprises of the agrarian sector in the conditions of the development of the new economy. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University: Economic Sciences*, no. 4(1), pp. 147–151. (in Ukrainian)
7. Gubina V. V. (2015) Mechanisms of increasing the competitiveness of food industry enterprises: [monograph]. Kharkiv: Panov. (in Ukrainian)
8. Deineko L. V. (1999) Development of the food industry of Ukraine in the conditions of market transformations: Problems of theory and practice. Kyiv: Knowledge. (in Ukrainian)
9. Kovtun O. I. (2009) Enterprise competitiveness: strategic context: monograph. Lviv: Publishing House of the Lviv Commercial Academy. (in Ukrainian)
10. Competitiveness: problems of science and practice: monograph. (2007) Kharkiv: INZHEK. (in Ukrainian)
11. Medvid V. Yu. Buzovska I. E. (2019) A systematic approach to determining meaningful components of competitive advantages of the agrarian sector of the economy in the context of globalization challenges. *Scientific notes of TNU named after V. I. Vernadskyi. Series: Economics and Management*, no. 30(69), 3, 45–52. (in Ukrainian)
12. Pavlova V. A. (2006) Competitiveness of the enterprise: assessments and strategy of provision. Dnipro: DUEP Publishing House. (in Ukrainian)
13. Ponomarenko V. S., Tridid O. M., Kyzim M. O. (2003) Enterprise development strategy in crisis conditions. Kharkiv: INZHEK Publishing House. (in Ukrainian)
14. Otenko I. P. (2008) Strategic priorities of the enterprise: monograph. Kharkiv: Khneu Publishing House. (in Ukrainian)
15. Sumets O. M., Somova O. E., Pelikhov E. F. (2007) Evaluation of the competitiveness of a modern industrial enterprise. Kyiv: Professional. (in Ukrainian)

16. Farion I. D., Burdenyuk T. G. (2008) Conceptual approaches to determining the competitiveness of enterprises. *Scientific Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute of KNTEU. Economic Sciences*, no. 3, pp. 115–127. (in Ukrainian)
17. Khrypiuk V. I. (2018) Food industry of Ukraine: retrospective analysis and modern development problems. *Economy of APC*, no. 9, pp. 77–86. (in Ukrainian)
18. Allen M. R., Kearney M. W., Cramér V. (2017) *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*. Los Angeles, CA: SAGE.
19. Bucalew L. W., Pearson W. H. (1982) Critical factors in the Chi-square test of independence: A technique for exploratory data analysis. *Bulletin of the Psychonomic Society*, no. 19(4), pp. 225–226.
20. McHugh M. L. (2001) The Chi-square test of independence. *Biochemia medica*, no. 23(2), pp. 143–149.
21. Mittal, V., Kamakura W. A. (2001) Satisfaction, Repurchase Intent, and Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics. *Journal of Marketing Research*, no. 38(1), 131–142.
22. Nelson O., Mancilla W., Sepúlveda S. (2017) Upstream information distortion in the agro food supply chain. *Supply Chain Management: An International Journal*, no. 22(5), pp. 411–423.
23. Prajogo D., Olhager J. (2012) Supply chain integration and performance: The effects of long term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International Journal of Production Economics*, no. 135(1), pp. 514–522.
24. Sargeant A., Lee S. (2004) Donor Trust and Relationship Commitment in the U.K. Charity Sector: The Impact on Behavior. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, no. 33(2), pp. 185–202.
25. Sheth J. N., Malhotra N. K., Kitchen P. J., Burgmann I. (2010) *Integrated Marketing Communication*. Wiley International Encyclopedia of Marketing (Part 4: Advertising and Integrated Communication). Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.
26. Thomson M., Mcinnis D. J., Park C. W. (2005) The Ties that Bind: Measuring the Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands. *Journal of Consumer Psychology*, no. 15(1), pp. 77–91.
27. Tirenni G., Labbi A., Berrospi C., Elisseeff A., Bhose T., Pauro K., Pöyhönen S. (2007) Customer Equity and Lifetime Management (CELM) Finnair Case Study. *Marketing Science*, no. 26(4), pp. 553–565.
28. Venkatesan R., Kumar V. (2004) A Customer Lifetime Value Framework for Customer Selection and Resource Allocation Strategy. *Journal of Marketing*, no. 68(4), pp. 106–125.

**Kostiuk M. V., Ph.D. Student**

*Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University*

*ekonomyst-8105@ukr.net*

*ORCID: 0009-0002-2920-8393*

## **ECONOMIC ESSENCE OF COMPETITIVENESS OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES ON THE BASIS OF INNOVATION**

**Abstract.** *The article examines the economic essence of the competitiveness of food industry enterprises on the basis of information and innovation technologies to increase the efficiency of the logistics system in the sectoral structure of the consumer market. A proper interpretation of the concept of economic essence "competitiveness of food industry enterprises" is proposed. A general block diagram of stimulating and disincentive factors that determine the strengthening and weakening of the competitiveness of food industry enterprises is given. The proposed factors of potential advantages of the food industry in the country are interconnected to increase the competitiveness of enterprises in the structural restructuring of industries on the basis of EU preferences, information and innovation technologies and food supply. Theoretical and methodological aspects of the formation of the competitive structure of the food industry allow us to group the main directions of research in the following sequence: identification of factors that influence the formation of the industry (food processing) structure; study of the theory of industry market structures; improvement of the structure of the food industry by methods of modeling the directions of export-oriented production, as well as technological boundaries and innovations; improvement of methods of state regulation of sectoral restructuring of the food industry, legal and legislative framework in the direction of integration environment; reconstruction of the structure of the food industry on the basis of logistics systems with strengthening of network communication through information and innovation technologies. Determinants of the development of food industry enterprises in the logistics systems of the consumer market based on the sectoral network of information and innovation technologies are given. CRM systems in the main sales processes of food industry enterprises increase the speed of sales, ensure the synchronization of sales data in logistics systems, thus ensuring the quality of service and reducing operational costs for personnel.*

**Keywords:** *competition, competitive advantages, competitiveness, food industry, enterprises, innovations.*