

ВПЛИВ КАРАНТИННИХ ЗАХОДІВ НА ХАРЧОВУ ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ ТА ЇХ НАСЛІДКИ

Я.А. Мельник,

Л.М. Закревська, канд. екон. наук

Національний університет харчових технологій

Епідемія коронавірусу спричинила значне падіння економіки на початку 2020 року. Практично увесь світ зазнав потрясінь через запровадження карантинних заходів, не стала виключенням і Україна. Вітчизняна харчова промисловість стала однією з небагатьох стратегічних галузей, діяльність якої не була зупинена.

Проте режим карантину в Україні відразу наклав обмеження на виробників продуктів харчування, які можна пов'язати з операційними і ринковими факторами.

До операційних обмежень, насамперед, слід віднести складнощі у логістиці персоналу безпосередньо до робочих місць. Особливо, це стосується великих міст, в яких зосереджено масштабне виробництво, що передбачає залучення великої кількості робітників. Друга складність – логістика продуктів харчування між виробником і кінцевим споживачем. Через обмеження можлива затримка у транспортуванні товарів між складами, що теж створює певні труднощі.

З точки зору попиту замороження економічної активності через карантинні заходи буде викликом для всіх продовольчих товарів без винятку. Покупці змінюватимуть свої споживчі пріоритети через зниження доходів та загострення інфляційних процесів, що призведуть до скорочення купівельної спроможності населення. Більшість приватних підприємств вже запровадили обмеження в роботі, відправивши частину співробітників у відпустку «за свій рахунок» [2]. Особливо гостро ця проблема стоїть майже у всіх підприємствах сфери послуг. Вцілому дана ситуація призведе до того, що у великої групи

споживачів з доходом «нижче середнього» скоротиться і так обмежений ресурс на споживання продуктів харчування [2].

З великою вірогідністю можна спрогнозувати, що найменше скоротиться попит на продукти харчування, які відносяться до т.з. «соціального кошику» – хліб, м'ясо, яйця і молоко, адже це базові продукти харчування, які населення буде споживати практично за будь-яких умов.

Друга група товарів – це напої, кондитерські вироби, несезонні фрукти, овочі, тощо, споживання яких може обмежитися в умовах зниження фінансових ресурсів домогосподарств.

Для деяких сегментів ринку умови карантину – коли необхідно заpastися продуктами з тривалим терміном зберігання – навпаки, час зростання продажів. До цього сегменту можна віднести крупи, консерви і морожені напівфабрикати.

Стабілізація роботи харчової промисловості після закінчення карантину буде залежати від відновлення цінової і товарної цінності для споживачів. Першими «відновляться» найбільш популярні продукти харчування з першої групи. Активізація обсягів реалізації товарів другої групи буде тривалішою, оскільки після кризи настане період «наведення порядку» в гаманцях споживачів після непередбачених витрат і не отриманих доходів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Усім нам доведеться адаптуватися: Торговий представник України про життя після карантину URL: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1863078-usim-nam-dovedetsya-adaptuvatisya-torgoviy-predstavnik-ukrayini-pro-zhittya-pislya-karantinu> (дата звернення: 13.04.2020).

2. COVID-19: наслідки для ключових галузей економіки України URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/covid-19-posledstviya-dlya-klyuchevyh-otraslej-ekonomiki-ukrainy> (дата звернення: 13.04.2020).