Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Збірник наукових праць
№9 (280)

Київ 2024

Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць
Вип. 9 (280). – К., 2024. – 115 с.

Рекомендовано Вченою радою ДНДІІМЕ
Протокол №7 від 28.08.2024 р.

Збірник статей присвячено науковим здобуткам молодих науковців – аспірантів та здобувачів наукових ступенів кандидата та доктора економічних наук. Він охоплює широкий спектр проблем із таких напрямів:
– макроекономічні аспекти сучасної економіки;
– інноваційно–інвестиційна політика;
– економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності;
– розвиток регіональної економіки;
– соціально–трудові проблеми.

Розраховано на науковців і спеціалістів, які займаються питаннями управління економікою та вивчають теорію та практику формування ринкових відносин в Україні.

Відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України від 28 грудня 2019 р. № 1643 даний збірник віднесено до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, категорія «Б».

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ
СТУДІНСЬКА Г.Я., доктор економічних наук (головний науковий редактор)
ХОДЖАЯН А.О доктор економічних наук, професор (заступник наукового редактора)
ПАСІЧНИК Ю.В. доктор економічних наук, професор (заступник наукового редактора)
ЗАХАРІН С.В., доктор економічних наук, с.н.с. (заступник наукового редактора)
АЛЄКСЄЄВ І.В., доктор економічних наук, професор
НЕБОТОВ П.Г., кандидат економічних наук, директор
ВАРНАЛІЙ З.С., доктор економічних наук, професор
ГУЖВА І.Ю., доктор економічних наук
КИЗИМ М.О., доктор економічних наук, професор, член–кор НАНУ
КУЛЬПІНСЬКИЙ С.В., доктор економічних наук
КОРНЄЄВ В.В., доктор економічних наук, професор
ВАСИЛЬЧАК С.В., доктор економічних наук, професор
ЛОПУШНЯК Г.С., доктор економічних наук, професор
КИЧКО І.І., доктор економічних наук, професор
ШОСТАК Л.Б., доктор економічних наук, професор
ГАРБАР Ж.В., доктор економічних наук, доцент, професор
ЧЕРКАШИНА К.Ф., кандидат економічних наук, доцент
ІВАНОВ Є.І., кандидат економічних наук (відповідальний секретар)

МІЖНАРОДНА РЕДАКЦІЙНА РАДА
АГНЕШКА ДЗЮБИНСЬКА, доктор філософії, Економічний університет м. Катовіце, Польща, професор кафедри менеджменту підприємства
АДАМ САМБОРСЬКІ, доктор філософії, Економічний університет м. Катовіце Польща, кафедра менеджменту підприємства
ВІРГІНІЯ ЮРЕНІЄНЕ, професор, доктор наук, завідувач кафедри філософії та культурології, Каунаський факультет, Вільнюський університет, Литва
ГОРБОВИЙ АРТУР ЮЛІАНОВИЧ, професор, доктор технічних наук, Словацька Академія аграрних наук, член відділення економіки та менеджменту, (Словацька республіка)
ДІАНА СПУЛБЕР, доктор філософії, Університет Генуї, асистент професора кафедри філософії суспільств, м. Генуя (Італія)
ІВАН ТЄНЄВ ДМИТРОВ, професор, доктор економічних наук, Університет «проф. д–р Асен Златаров», завідувач кафедри економіки і управління, м. Бургас (Болгарія)
МІТАР ЛУТОВАЦ, професор, доктор технічних наук, Університет Уніон ім. Миколи Тесла, факультет індустріального управління, завідувач кафедри технологій, м. Белград (Сербія)
ЮРАЙ СІПКО, професор, доктор економічних наук, Словацька Академія наук, директор інституту економічних досліджень, м. Братислава (Словацька республіка)
СОФІЯ ВИШКОВСЬКА, професор, доктор наук, зав. кафедри організації і управління (факультет управління) Технологічно–природничий університет ім. Яна і Єнджея Снядецьких у Бидгощі, Бидгощ, Польща
СТЕФАН ДИРКА, доктор економічних наук, професор, Вища економічна школа, м. Катовіце, Польща, професор кафедри менеджменту і маркетингу. Міжнародний акредитор Міністерства науки і освіти Республіки Казахстан
ТОМАШ БЕРНАТ, професор, доктор наук, завідувач кафедри мікроекономіки, факультет економіки і менеджменту, Щецинський університет, Польща

Друковане періодичне видання «Формування ринкових відносин в Україні»
внесене в міжнародну базу даних періодичних видань:
ISSN 2522–1620
Key title: Formuvannâ rinkovih vìdnosin v Ukraïnì
Abbreviated key title: Form. rinkovih vìdnosin Ukr.
Індексування і реферування: Україніка Наукова, Джерело
Міжнародні інформаційні та наукометричні бази даних: Google Scholar, Index Copernicus International (ICI), Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського.

Формування ринкових відносин в Україні, 2024. Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації Серія КВ 22545–12445ПР від 20.02.2017 року
© Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, 2024

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

UDC 658.8:338.1:359

https://doi.org/10.5281/zenodo.14039140

BEBKO S. V.
VERBOVETSKYI M. I.

Strategic approaches to the formation and development of the enterprise's commodity policy in the conditions of post–war recovery

The subject of the research *is the theoretical aspects of strategic approaches to the formation and development of the enterprise's commodity policy in the conditions of post–war recovery.*

The aim of the research *is to determine the main strategies for the formation and development of the enterprise's commodity policy in the conditions of post–war recovery.*

Research methods. *In writing the article, various research methods were used: literature analysis; situational analysis; SWOT analysis; marketing research; PESTLE analysis; competitive analysis; risk analysis; factor analysis; tabular and graphical method, etc.*

Results of the investigation. *It has been established that the war started in Ukraine by the Russian Federation in 2022 has put significant pressure on economic stability, creating unpredictability, market fluctuations, changing consumer priorities and restricting access to resources, which, in turn, requires enterprises to quickly adapt their strategies, including product policy, in order not only to survive but also to remain competitive. It is determined that the conditions of post–war recovery will be complex and will require a systematic approach to the formation and development of the commodity policy of enterprises, which is a key element of their strategic success in the face of economic turbulence and instability. It is proved that the strategy of commodity policy will be the tool that will allow enterprises to restore their sustainability, ensure market presence and meet the needs of consumers. The conditions of post–war recovery for the effective functioning of enterprises are determined, which include certain obstacles, such as disruption of supply chains, changes in consumer behavior, fluctuations in demand, reduction of production capacity and economic instability. The author proposes the main strategic approaches to the formation and development of the commodity policy of enterprises in the context of post–war recovery, namely: changes in consumer behavior in the context of post–war recovery; reorientation of production capacities; pricing in conditions of economic instability; management of the product range and life cycle in conditions of turbulence; logistics solutions and ensuring continuity of supply; innovations and digitalization of marketing activities of enterprises. The external and internal factors influencing the formation and development of the enterprise's commodity policy in the context of post–war recovery are determined.*

© БЕБКО С. В., ВЕРБОВЕЦЬКИЙ М. І., 2024

Scope of the results. *Marketing product policy, strategic development, enterprise management, enterprise competitiveness, enterprise economics, military conflicts.*

Conclusions. *It is proved that the commodity policy of the enterprise determines the strategic direction of its activities in the market, focusing on the choice of assortment, pricing, distribution and sale of products. In the context of post–war recovery, this is of particular importance, since enterprises are forced to adapt to new economic realities, change approaches to strategic management and adapt their products to market needs. It is established that an important aspect is the use of digital technologies to maintain competitive advantages and ensure stable operation in the post–war recovery. It is determined that those enterprises that can quickly adapt their product policy and implement innovative solutions will have a better chance not only to survive but also to strengthen their market position after the end of the military conflict.*

Keywords: *strategy, product policy, enterprise management, post–war recovery, pricing, consumers, competitiveness.*

БЕБКО С. В.
ВЕРБОВЕЦЬКИЙ М. І.

Стратегічні підходи до формування та розвитку товарної політики підприємства в умовах післявоєнного відновлення

Предметом дослідження *є теоретичні аспекти стратегічних підходів до формування та розвитку товарної політики підприємства в умовах післявоєнного відновлення.*

Метою дослідження *є визначення основних стратегій щодо формування та розвитку товарної політики підприємства в умовах післявоєнного відновлення.*

Методи дослідження. *При написанні статті було використано різні методи дослідження: аналіз літератури; ситуаційний аналіз; метод SWOT–аналізу; маркетингові дослідження; PESTLE–аналіз; конкурентний аналіз; аналіз ризиків; факторний аналіз; таблично–графічний метод та ін.*

Результати роботи. *Встановлено, що війна розпочата в Україні з боку РФ у 2022р. створила значний тиск на економічну стабільність, створивши непередбачуваність, коливання ринків, зміну споживчих пріоритетів та обмеження доступу до ресурсів, що, у свою чергу, для підприємств вимагає оперативного адаптування своїх стратегій, включаючи товарну політику, аби не лише вижити, але й зберегти конкурентоспроможність. Визначено, що умови післявоєнного відновлення будуть складними та вимагатимуть системного підходу до формування та розвитку товарної політики підприємств, яка є ключовим елементом їх стратегічного успіху в умовах економічних турбуленцій та нестабільності. Доведено, що стратегія товарної політики стане тим інструментом, який дозволить підприємствам відновити свою стійкість, забезпечити присутність на ринку та відповідати потребам споживачів. Визначено, умови післявоєнного відновлення для ефективного функціонування підприємств, що передбачають певні перешкоди, такі як порушення ланцюгів постачання, зміни в поведінці споживачів, коливання попиту, зниження рівня виробничих потужностей та нестабільність економіки. Запропоновано основні стратегічні підходи до формування та розвитку товарної політики підприємств в умовах післявоєнного відновлення, а саме: зміни в поведінці споживачів в умовах післявоєнного відновлення; переорієнтація виробничих потужностей; ціноутворення в умовах економічної нестабільності; управління асортиментом та життєвим циклом товару в умовах турбулентності; логістичні рішення та забезпечення безперервності постачання; інновації та цифровізація маркетингової діяльності підприємств. Визначено зовнішні та внутрішні чинники впливу на формування та розвиток товарної політики підприємства в умовах післявоєнного відновлення.*

Галузь застосування результатів. *Маркетингова товарна політика, стратегічний розвиток, управління підприємствами, конкурентоспроможність підприємств, економіка підприємства, воєнні конфлікти.*

Висновки. *Доведено, що товарна політика підприємства визначає стратегічний напрямок його діяльності на ринку, спрямовуючи увагу на вибір асортименту, ціноутворення, дистрибуцію та продаж продукції. В умовах післявоєнного відновлення це набуває особливої уваги, оскільки підприємства*

змушені адаптуватися до нових економічних реалій, змінювати підходи до стратегічного управління та пристосовувати свою продукцію до потреб ринку. Встановлено, що важливим аспектом є використання цифрових технологій для збереження конкурентних переваг та забезпечення стабільної роботи в умовах післявоєнного відновлення. Визначено, що ті підприємства, які зможуть швидко адаптувати свою товарну політику та впровадити інноваційні рішення, матимуть більше шансів не тільки вижити, але й зміцнити свої позиції на ринку після завершення воєнного конфлікту.

Ключові слова: *стратегія, товарна політика, управління підприємствами, післявоєнне відновлення, ціноутворення, споживачі, конкурентоспроможність.*

Formulation of the problem. The war started in Ukraine by the Russian Federation in 2022 has already put significant pressure on economic stability, creating unpredictability, market fluctuations, changing consumer priorities and limited access to resources, which, in turn, requires businesses to quickly adapt their strategies, including product policy, in order not only to survive but also to remain competitive. The post–war recovery environment will be challenging and will require a systematic approach to the development of enterprises in all sectors of the economy. A particularly important aspect will be the formation and development of the companies' commodity policy, which is a key element of their strategic success in the face of economic turbulence and instability. The commodity policy strategy will be the tool that will allow companies to restore their sustainability, ensure their market presence and meet the needs of consumers. Consumer demand and behavior may change, which will require prompt response and adaptation by businesses to changes in the external and internal environment. The ability of businesses to formulate and develop a product policy in the post–war recovery will allow them to minimize risks and find new opportunities for growth and competitiveness in general. Also, in the post–war situation, enterprises will face conditions of limited access to material and human resources, which will force them to revise the processes of production and management of the product range. Therefore, the relevance of the topic lies in the ability of businesses to analyze strategic approaches to the formation and development of a commodity policy that takes into account social needs, helps stabilize the situation in the country and contributes to economic recovery in the post–war period. Businesses can support humanitarian initiatives and adapt their commodity policy to the needs of the affected regions, which will increase their reputation and public trust.

Analysis of research and publications on the problem. The issue of strategies for the formation and development of the commodity policy of enterprises in the context of post–war recovery is quite specific and relevant in modern conditions, especially given the obstacles arising from military conflicts. Although direct research with an emphasis on martial law is still relatively new, there are a number of scholars who have studied the commodity policy of enterprises in the context of crises and unforeseen circumstances. Among the main authors whose works may be useful in the context of this topic are: I. Ansoff is the author of the concept of strategic management, which can be applied under martial law to adapt commodity policy. His works deal with management issues in times of instability and changes in the external environment; M. Porter – known for his research on competitive strategy and business adaptation to difficult economic conditions, in particular in times of crisis; K. Philip – his works on marketing, product policy and branding strategies contain useful tools for adapting product strategy in times of unforeseen circumstances; A. Slivotsky – researched issues of risk management and crisis in business, which can be adapted to the context of the Among the Ukrainian scholars who have studied the issues of commodity policy and enterprise management in the context of the crisis and post–war recovery, it should be noted: V. Savchuk, who studied crisis management and its impact on enterprise strategies; O. Honcharenko, who studied management strategies in emergency situations and crises. However, the issue of strategic approaches to the formation and development of the commodity policy of enterprises in the context of post–war recovery requires further in–depth consideration.

Presenting main material. The post–war recovery environment for business operations involves certain obstacles, where companies will face a number of challenges, such as supply chain disruptions, changes in consumer behavior, fluctuations in demand, reduced production capacity, and economic instability. In these circumstances, it will be especially important to review the strategies of the compa–

nies' commodity policy in order to adapt them to the new realities and ensure competitiveness. A company's product policy is a set of decisions related to the development, production, promotion and sale of products, including the definition of the product range, pricing policy, development of new products and measures to promote the product on the market. In the context of post–war recovery, it is necessary to review strategic approaches to the formation and development of product policy, taking into account the post–war imbalance and instability of the external environment [1; 3; 6; 8; 12; 15; 16].

The main strategic approaches to the formation and development of the commodity policy of enterprises in the post–war recovery include the following: changes in consumer behavior in the post–war recovery; reorientation of production capacities; pricing in conditions of economic instability; management of the product range and life cycle in conditions of turbulence; logistics solutions and ensuring continuity of supply; innovations and digitalization of marketing activities of enterprises. Now let's take a closer look at these approaches [2; 7; 11; 18; 22].

1. Changes in consumer behavior in the post–war recovery. The primary factor that will influence the company's product policy during the post–war recovery period will be the change in consumer sentiment. In times of war, people begin to save resources and change their consumer priorities. After the war is over, demand will increase not only for basic necessities, but also for luxury goods and non–first use products that are currently falling out of the focus of consumer interest. This will mean that companies will need to adapt their product range to meet the changes in demand [9; 13; 21]. The main tasks here will be:

• transition to the production of goods that will be in stable demand in the post–war environment;

• expanding the range of goods of both primary and secondary necessity;

• adaptation of goods to new consumer needs.

2. Reorientation of production facilities. One of the important aspects of commodity policy is the organization of production. Under martial law, production faces many challenges, such as shortages of raw materials, supply disruptions, and damage to production facilities and infrastructure. In the post–war period, companies should consider the following strategies to effectively manage their production processes [4; 10; 19]:

• diversification of suppliers – searching for alternative suppliers and creating stocks of raw materials, which will reduce the risks associated with supply disruptions;

• flexibility of production processes – companies should be ready to quickly reorient their production lines to manufacture products that are in demand both in war and post–war conditions;

• localization of production – in order to avoid logistical problems, companies can relocate part of their production facilities closer to consumers.

3. Pricing in the context of economic instability in the postwar recovery. After the end of the war, the country's economy will face changes in prices, which are subject to frequent fluctuations due to inflation, fluctuations in the national currency, and changes in supply and demand. Therefore, the commodity policy should take into account the peculiarities of pricing in the period of post–war economic instability, where it is necessary to pay attention to the following factors [5; 14; 17]:

• dynamic pricing – enterprises should respond promptly to changes in the economic situation by adjusting prices depending on market conditions;

• flexibility in price offers – it is important to offer different product options for consumers with different income levels, providing access to budget products or offering a premium segment to maintain customer loyalty;

• adaptation of pricing to changing costs – businesses should review prices to reflect changes in production and logistics costs, while maintaining a balance between profitability and competitiveness.

4. Assortment and product life cycle management in a turbulent environment. Assortment management in the post–war recovery requires flexibility and the ability to make rapid changes. Products that were popular in wartime may lose their relevance, while products that were not previously in high demand may become a priority [16; 19; 23]. Here you need to pay attention to:

• analysis of the market and consumer sentiment – regular research of changes in the market will help identify new consumer needs and promptly adjust the assortment;

• reduction or expansion of the assortment – companies should be able to quickly withdraw unpopular products from the market and introduce new items that meet current demand;

• product life cycle management – for products that have reached the stage of maturity or decline, businesses should look for ways to extend their life cycle or remove them from the market completely.

5. Logistics solutions and ensuring continuity of supply. War often disrupts well–established supply chains. In the context of post–war recovery, it is important for companies to find new approaches to ensure uninterrupted supply of raw materials and finished products, namely [20; 22; 23]:

• search for alternative and more efficient delivery routes – as traditional routes may be blocked, destroyed, or mined, businesses should look for new logistics solutions using alternative vehicles or routes;

• optimization of stocks – increasing the amount of storage of products in warehouses, which can help to avoid supply disruptions;

• cooperation with government agencies – companies can receive support in the form of subsidies or preferences from the state to overcome logistical obstacles.

6. Innovations and digitalization of marketing activities of enterprises. The recovery period will force companies to look for new technological solutions to ensure further effective work, where business digitalization will automate processes, reduce costs and increase flexibility in decision–making [11; 14; 19; 21; 23]. The main elements of this strategic approach will be:

• increase in online sales – businesses should more actively implement digital sales channels, which will reduce dependence on physical stores;

• automation of production processes – the use of the latest technologies to automate production and logistics will reduce dependence on human resources, which have become limited in the war;

• development of digital marketing tools – the use of social networks, contextual advertising and other online promotion tools will allow to maintain interaction with consumers even in conditions of limited physical presence.

Thus, summarizing the above, it can be stated that the main strategic approaches to the formation of product policy are: analysis of market conditions; formation of assortment policy; pricing and pricing policy; distribution and sales strategies (Fig. 1) [11; 15; 16; 19; 21].

The formation and development of an enterprise's commodity policy in the context of post–war recovery also depends on many external and internal factors (Table 1). The war and its consequences significantly change the economic, social and political situation in the country, so companies have to take all aspects into account [18; 19; 22; 23].

Table 1. Influence of factors on the formation and development of the enterprise's commodity policy in the conditions of post–war recovery

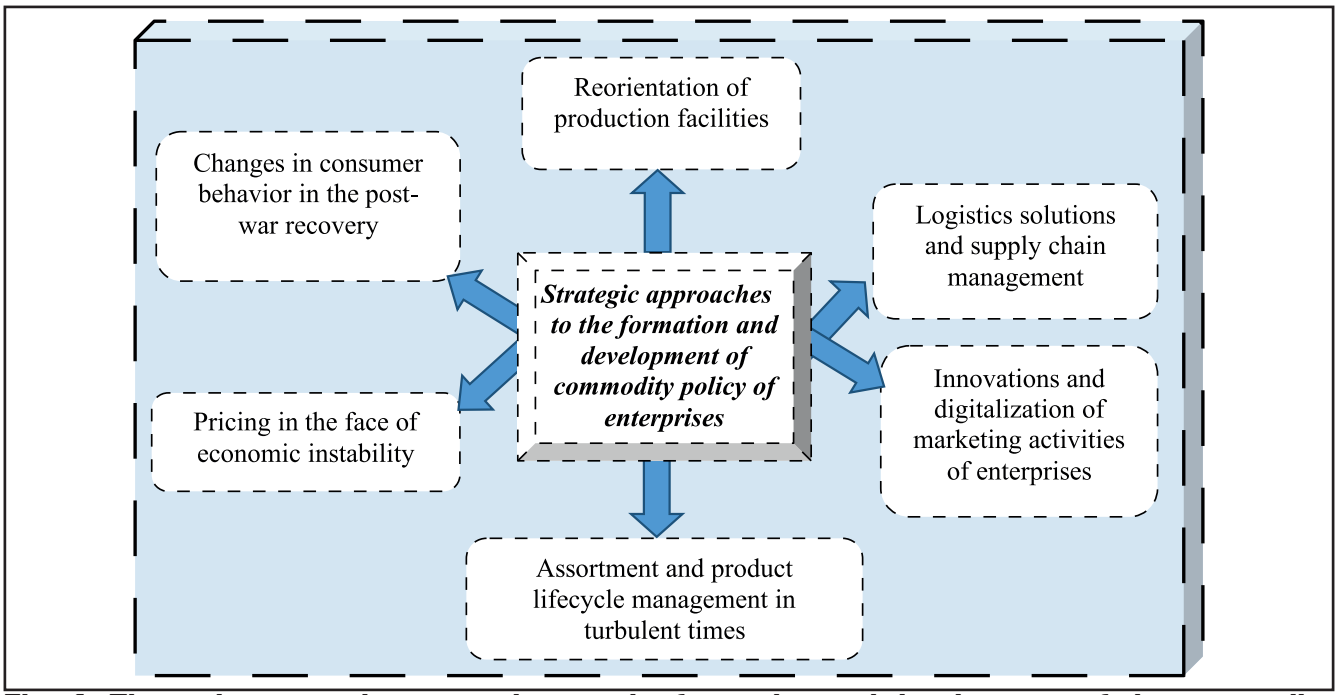

Fig. 1. The main strategic approaches to the formation and development of the commodity policy of enterprises in the post–war recovery

Table 1. Influence of factors on the formation and development of the enterprise's commodity policy in the conditions of post–war recovery

	EXTERNAL FACTORS	INTERNAL FACTORS
The economic environment	Inflation rate The post–war economy may suffer from high inflation, which affects the purchasing power of the population and the pricing policy of businesses. Recovery of the financial system The availability of credit and investment may be limited, affecting the company's ability to invest in new products or production facilities. Reduced production capacity Destruction of infrastructure may reduce the ability to produce and supply goods	Financial resources Post–war recovery may be accompanied by limited financial resources. Businesses should adapt their product policy to the available budgets for new product development, raw material procurement, and modernization of production facilities
Political environment environment	Government policies and support The government may introduce economic recovery programs that include financial subsidies, soft loans or preferences for businesses that participate in the reconstruction. Regulatory changes Post–war governments may introduce new laws on taxation, customs barriers or regulations that affect a company's product policy Rehabilitation of international trade Restoration of ties with international partners or the introduction of new sanctions may affect the ability to export or import	Production facilities The condition of production assets, such as equipment, technology and infrastructure, is an important factor where modernization or restoration of production facilities can affect production volumes and product quality
Social environment	Changes in demand Consumer needs and priorities may change after the war Migration processes Loss of population due to migration or destruction of infrastructure may lead to changes in the geographical distribution of consumers Changes in consumer behavior Due to the trauma of war and general economic instability, consumers may be more cautious in spending, which requires adaptation of marketing policies	Human resources potential The qualifications, experience and number of employees, their ability to work in new conditions and adapt to changes have a significant impact on the development and implementation of commodity policy
Technological c hanges	Innovations During the recovery, new technologies may be introduced to improve production efficiency and increase competitiveness Restoration of infrastructure Gradual restoration of production and logistics capacities will affect the company's ability to expand its product range and improve the quality of goods	Assortment policy Businesses should assess the relevance of their assortment and its compliance with new market conditions. It is important to introduce innovations quickly, change consumer needs and adapt the assortment to these changes
Competitive environment	Emergence of new players in the market After the war, new businesses or foreign companies may emerge to compete for markets Changes in market structure The destruction or weakening of some businesses may change the market structure, creating new niches for development	Marketing strategy The effectiveness of promotion channels, the availability of communication tools, and opportunities for product positioning are important aspects of product policy, where businesses should be prepared to change their approaches to advertising, pricing, and customer service
Environmental factors	Restoration of ecosystems War can lead to environmental disasters, which requires the introduction of new production standards, including environmentally friendly technologies State environmental regulations Restoration of post–war ecology may be a priority for the government, which will lead to new requirements for environmental responsibility	Inventory and logistics Inventory management and the ability to deliver goods in a timely manner depends on internal logistics processes, including their effectiveness after the disruptions caused by the war
Research and innovation policy	Research and innovation potential A company's ability to innovate and research market trends is an important component for developing new products or modernizing existing ones	Organizational structure The internal management system and the ability of managers to make flexible decisions on product policy and adaptation of the enterprise to new conditions also play a crucial role in post–war recovery

Therefore, the formation and development of an enterprise's commodity policy in the context of post–war recovery depends on many external and internal factors that affect the ability of an enterprise to adapt to new realities and ensure the competitiveness of its products.

Conclusions

The commodity policy of an enterprise determines the strategic direction of its activities in the market, focusing on the choice of assortment, pricing, distribution and sale of products. In the context of post–war recovery, this becomes even more important, as enterprises are forced to adapt to new economic realities, change approaches to strategic management and adapt their products to market needs. An important aspect is the use of digital technologies to maintain competitive advantages and ensure stable operations even in crisis conditions. Companies that can quickly adapt their product policy and implement innovative solutions will have a better chance of not only surviving but also strengthening their market position after the end of the military conflict.

References:

1. Andrieieva, L. O. (2017). Metodychni aspekty formuvannia tovarnoi polityky pidpryiemstva [Methodical aspects of the formation of the enterprise's commodity policy]. Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky) = Collection of scientific works of Tavria State Agrotechnological University (economic sciences), № 3, P. 12–19 [in Ukrainian].

2. Balov, H. Yu., Puzyrova, P. V. (2024). Stratehichnyi marketynh yak osnova stabilnosti funktsionuvannia biznesu Strategic marketing as a basis for the stability of business functioning]. Vplyv hlobalizatsiinykh protsesiv ta tsyfrovoi transformatsii na formuvannia mizhnarodnoho ekonomichnoho klimatu ta finansovoi ekosystemy : zbirnyk materialiv Mizhnarodnoi naukovo–praktychnoi Internet–konferentsii = The impact of globalization processes and digital transformation on the formation of the international economic climate and financial ecosystem: collection of materials of the International Scientific and Practical Internet Conference, Poltava, March 28, 2024, Poltava: PUET, P. 294–297 [in Ukrainian].

3. Diachkov, D. V., Potapiuk, I. P., Yakovenko, I. O. (2020). Osoblyvosti tovarnoi polityky pidpryiemstva [Features of the commodity policy of the enterprise]. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia = Eastern Europe: Economics, Business and Management, Issue 4, P. 46–51 [in Ukrainian].

4. Hontareva, I. V. Manhushev, D. V., Zhdenovska, A. O. (2020). Otsinka efektyvnosti marketynhovoi tovarnoi polityky pidpryiemstva [Evaluation of the effectiveness of the marketing commodity policy of the enterprise]. Sotsialna ekonomika = Social Economy, Issue 60, P. 149–158 [in Ukrainian].

5. Illiashenko, S. M., Rud, M. P. (2020). Innovatsii v tovarnii innovatsiinii polititsi pidpryiemstva: osoblyvosti vyboru i realizatsii [Innovations in the commodity innovation policy of the enterprise: features of choice and implementation]. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriia : Ekonomika i menedzhment = Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and management, Issue 41, P. 19–25 [in Ukrainian].

6. Kramar, M. S., Puzyrova, P. V. (2019). Zastosuvannia marketynhovoho instrumentariiu vprovadzhennia innovatsii u pidpryiemnytsku diialnist [Application of marketing tools for introducing innovations into entrepreneurial activity]. Ekonomika, oblik, finansy ta pravo: analiz tendentsii ta perspektyv rozvytku : zbirnyk tez dopovidei Mizhnarodnoi naukovo–praktychnoi konferentsii = Economics, accounting, finance and law: analysis of trends and prospects for development : collection of abstracts of the International Scientific and Practical Conference, Poltava, October 24, 2019, Part 3, Poltava: CFEND, P. 58–59 [in Ukrainian].

7. Kramska, A. O. (2007). Udoskonalennia marketynhovoi struktury upravlinnia tovarnoiu politykoiu pidpryiemstva [Improvement of the marketing structure of management of the enterprise's commodity policy]. Lehka promyslovist = Light industry, № 2, P. 48–49 [in Ukrainian].

8. Kushch, Yu. O., Bebko, S. V. (2021). Znachennia informatsiinykh ta marketynhovykh tekhnolohii dlia ekonomichnoho zrostannia [The importance of information and marketing technologies for economic growth]. Dominanty sotsialno–ekonomichnoho rozvytku Ukrainy v umovakh innovatsiinoho typu prohresu : zbirnyk tez dopovidei II Vseukrainskoi naukovo–praktychnoi konferentsii zdobuvachiv vyshchoi osvity ta molodykh uchenykh = Dominants of socio–economic development of Ukraine in the conditions of innovative type of progress: collection of abstracts of the II All–Ukrainian scientific and practical conference of higher education applicants and young scientists, Kyiv, March 25, 2021 / ed. Kyiv : KNUTD, P. 69–70 [in Ukrainian].

9. Marchenko, O. V., Byba, V. V. (2024). Kharakterni osoblyvosti pidpryiemnytstva ta instrumenty marketynhovoi

polityky v umovakh voiennoho stanu [Characteristic features of entrepreneurship and tools of marketing policy under martial law]. Investytsii: praktyka ta dosvid = Investments: practice and experience, № 4, P. 71–78 [in Ukrainian].

10. Marchenko, V. M. (2021). Innovatsiine zabezpechennia upravlinnia tovarnoiu politykoiu pidpryiemstv [Innovative support for the management of the commodity policy of enterprises]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine, № 1, P. 41–49 [in Ukrainian].

11. Molnar, O. S. Popovych, M. M., Tymchyk, O. M. (2023). Analiz zdiisnennia tovarnoi polityky na pidpryiemstvakh [Analysis of the implementation of commodity policy at enterprises]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine, № 3, P. 54–59 [in Ukrainian].

12. Puzyrova, P. V. (2011). Znachennia marketynhovoho doslidzhennia pry vyznachenni kliuchovykh faktoriv vplyvu na plan vyrobnytstva produktsii promyslovykh pidpryiemstv [The importance of marketing research in determining the key factors influencing the production plan of industrial enterprises]. Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury : zbirnyk naukovykh prats = Problems of improving the efficiency of infrastructure: a collection of scientific papers, Issue 30, Kyiv: NAU, P. 168–174 [in Ukrainian].

13. Riabyk, H. Ye. (2014). Marketynhove ta ekonomichne obgruntuvannia tovarnoi polityky pidpryiemstva [Marketing and economic substantiation of the product policy of the enterprise]. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriia : Ekonomichni nauky = Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences, Issue 8(3), P. 119–122 [in Ukrainian].

14. Sandul, R. I., Bebko, S. V. (2021). Informatsiini tekhnolohii ta marketynh [Information technologies and marketing]. Dominanty sotsialno–ekonomichnoho rozvytku Ukrainy v umovakh innovatsiinoho typu prohresu : zbirnyk tez dopovidei II Vseukrainskoi naukovo–praktychnoi konferentsii zdobuvachiv vyshchoi osvity ta molodykh uchenykh = Dominants of socio–economic development of Ukraine in the conditions of innovative type of progress: collection of abstracts of the II All–Ukrainian scientific and practical conference of higher education applicants and young scientists, Kyiv, March 25, 2021 / compiled by OV Olshanska. Kyiv: KNUTD, P. 82–84 [in Ukrainian].

15. Sarai, N. I. (2017). Rol tovarnoi polityky v zabezpechenni konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [The role of commodity policy in ensuring the competitiveness of the enterprise]. Innovatsiina ekonomika = Innovative economy, № 5–6, P. 64–69 [in Ukrainian].

16. Shikovets, C., Kvita, H., Bebko, S. (2022). Digital management tehnologies in the condition of sustanable development [Tsyfrovi tekhnolohii upravlinnia v umovakh staloho rozvytku]. Transformation of economy, finance and management in modern conditions : scientific monograph = Transformatsiia ekonomiky, finansiv ta upravlinnia v suchasnykh umovakh : naukova monohrafiia, edited by A. Pawlik, K. Shaposhnykov, Riga, Latvia: Izdevniecība «Baltija Publishing», P. 634–656 [in English].

17. Shikovets, K. O., Kvita, H. M., Bebko, S. V. (2023). Digital–instrumentarii suchasnykh marketynhovykh doslidzhen [Digital–tools of modern marketing research]. Infrastruktura rynku = Market Infrastructure, Issue 74, P. 19–25, URL: http://www.market–infr.od.ua/uk/74–2023 [in Ukrainian].

18. Shikovets, K. O., Kvita, H. M., Bebko, S. V. (2023). Marketynhove tsinoutvorennia na rynku molochnoi produktsii Ukrainy [Marketing pricing in the market of dairy products of Ukraine]. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia = Eastern Europe: economy, business and management, 3 (40), P. 3–9, DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.40–11 [in Ukrainian].

19. Shikovets, K. O., Kvita, H. M., Bebko, S. V. (2023). Zastosuvannia ekonometrichnykh modelei v marketynhovykh doslidzhenniakh [Application of econometric models in marketing research]. Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen = Journal of Strategic Economic Research, № 1 (12), P. 100–111, DOI: 10.30857/2786–5398.2023.1.11 [in Ukrainian].

20. Sirenko, V. Yu., Bebko, S. V. (2024). Marketynhova stratehiia TOV «Nova poshta» [Marketing strategy of Nova Poshta LLC]. Dominanty sotsialno–ekonomichnoho rozvytku Ukrainy u novykh realiiakh : materialy II Vseukrainskoi naukovo–praktychnoi konferentsii molodykh uchenykh ta studentiv = Dominants of socio–economic development of Ukraine in new realities : materials of the II All–Ukrainian scientific and practical conference of young scientists and students, Kyiv, March 29, 2024 – Kyiv : KNUTD, P. 169–171 [in Ukrainian].

21. Yarchak, M. I., Ihnatenko, O. V. (2017). Formuvannia marketynhovoi tovarnoi polityky pidpryiemstva (na prykladi TOV «Eko–market») [Formation of marketing commodity policy of the enterprise (on the example of LLC «Eco–market»)]. Visnyk [Kyivskoho instytutu biznesu ta tekhnolohii] = Bulletin [Kyiv Institute of Business and Technology], № 1, P. 107–111 [in Ukrainian].

22. Zabolotnyi, H. M., Kulinich, T. V., Samoshkina, I. D., Zhuk, R. I. (2023). Finansova avtonomiia v udoskonalenni tovarnoi polityky innovatsiino oriientovanoho pidpryiemstva za bezpekovoho upravlinnia zminamy v kry–

zovykh umovakh hospodariuvannia, rozvytku finansovoi diialnosti ta publichnoho upravlinnia [Financial autonomy in improving the commodity policy of an innovation–oriented enterprise under the safe management of changes in crisis conditions of economic activity, development of financial activity and public administration]. Investytsii: praktyka ta dosvid = Investments: practice and experience, № 23, P. 86–91 [in Ukrainian].

23. Zhaivoronok, L. V. (2015). Marketynhova tovarna polityka v systemi suchasnoho kontseptualnoho zabezpechennia upravlinnia pidpryiemnytstva [Marketing commodity policy in the system of modern conceptual support of business management]. Efektyvna ekonomika = Effective Economy, No. 12, URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_12_111 [in Ukrainian].

Data about the authors

Svitlana Bebko,

Professor of the Department of Marketing and Communication Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Doctor of Science in Economics, Associate Professor

e–mail: bebko.sv@knutd.edu.ua

Mykhailo Verbovetskyi,

Master student of the Department of Marketing and Communication Design, Kyiv National University of Technologies and Design

e–mail: mverbovetskiy@gmail.com

Дані про авторів

Бебко Світлана Вікторівна,

професор кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, д.е.н., доцент

e–mail: bebko.sv@knutd.edu.ua

Вербовецький Михайло Іванович,

Магістр кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну

e–mail: mverbovetskiy@gmail.com

УДК 330.341.1:330.526.3

https://doi.org/10.5281/zenodo.14039166

КРАМЧЕНКО Р. А.

Підходи до формування виробничої програми підприємства

Предметом дослідження *є виробнича програма підприємства.*

Метою дослідження *є визначення підходів до формування виробничої програми підприємства.*

Методи дослідження. *У статті використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.*

Результати роботи. *У статті визначено підходи до формування виробничої програми підприємства. Наведені основні елементи виробничої програми. Охарактеризовані переваги ефективної виробничої програми підприємства. Відзначено роль контролю та моніторингу, які гарантують своєчасність виконання виробничих планів.*

Висновки. *Одним із важливих елементів ефективної виробничої програми є інтеграція новітніх технологій, які сприяють автоматизації та оптимізації виробничих процесів. Використання сучасних програмних рішень для управління виробництвом дає можливість зменшити витрати, підвищити швидкість обробки замовлень та покращити керованість процесів. Інвестиції в обладнання та технології зможуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку. Для забезпечення стійкості виробництва підприємствам необхідно також зосереджуватись на екологічних аспектах своєї діяльності. Впровадження принципів сталого розвитку та енергоефективності зможе покращити імідж компанії, що, в свою чергу, привертає нових клієнтів. Участь у соціально відповідальних ініціативах також сприяє формуванню позитивної репутації підприємства. Важливою складовою виробничої програми є навчання персоналу. Якісне навчання працівників забезпечує успішність виконання виробничих планів. Розвиток корпоративної культури, що впроваджує інновації, є додатковим чинником, який дасть можливість підприємству досягати нових успіхів в умовах динамічного ринку. Крім впровадження новітніх технологій, підприємства повинні активно досліджувати та адаптуватися до змін у споживацькій поведінці та ринкових трендах. Це є використання аналітики великих даних для прогнозування попиту, що надає можливість своєчасно коригувати виробничі плани та зменшувати витрати. Здатність реагувати на зміни в ринку є вирішальним фактором для підвищення конкурентоспроможності.*

© КРАМЧЕНКО Р. А., 2024

ЗМІСТ

Макроекономічні аспекти сучасної економіки

РУСІНА Ю. О. Бюджетний процес в Україні в контексті воєнного стану: особливості та перспективи 5

ПУЗИРЬОВА П. В., ПИЛИПЕНКО О. О., ГОНЧАРУК Є. Л. Методичні підходи до формування та розвитку економічного потенціалу транснаціональних корпорацій в умовах турбулентності та ризику 10

СЕМЕНОВ О. С. Координація монетарної та фіскальної політики в Україні з метою післявоєнного відновлення економіки 18

Інноваційно–інвестиційна політика

МОЛНАР О. С., БРЕНЗОВИЧ О. І., ПОЛЯКОВ В. В. Проблема встановлення макроекономічної рівноваги в економіці України 27

ШАБРАНСЬКА Н. І., МАРИНІНА С. В. Побудова державної політики безпеки праці на інвестиційно–інноваційних засадах економічного розвитку 32

ШАЦЬКА З. Я., КЛІМЕНКО А. Ю., ПОТЄХІНА М. П. Діяльність міжнародних інвестиційних фондів під час війни та післявоєнного відновлення України 38

КАЙДАНОВИЧ В. В. Інноваційне майбутнє підприємств галузі харчової промисловості 44

Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності

БЕБКО С. В., ВЕРБОВЕЦЬКИЙ М. І. Стратегічні підходи до формування та розвитку товарної політики підприємства в умовах післявоєнного відновлення 51

КРАМЧЕНКО Р. А. Підходи до формування виробничої програми підприємства 59

МЕЛЬНИК Л. С., ПУЗИРЬОВА П. В., РАТИНСЬКА О. С., ДЕЙНЕКО О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах воєнного стану 63

ПУЗИРЬОВА П. В., СВИРИДОВ А. О., САМОЙЛЕНКО Р. Л., БАЛОВ Г. Ю. Стратегічні орієнтири розвитку та ефективної діяльності інтегрованих структур міжнародного бізнесу у післявоєнному періоді 70

ОСАДЧУК О. П., ШЕРЕМЕТИНСЬКИЙ М. А. Напрямки удосконалення системи менеджменту персоналу на сучасному підприємстві 77

КРАСНЯК О. П., ГАРБАР В. А. Кадрова безпека в системі управління персоналом як складова економічної безпеки підприємств 84

КРУПСЬКИЙ В. С. Інтеграція українського сільського господарства в європейський ринок 93

РУМИК І. І., ПУЗИРЬОВА П. В., ХАЛІЛЯЄВА О. В., СЕМЕНОВ К. С. Методичні підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємства в контексті економічної безпеки 98

РецензІЇ, коментарІ, вІдгуки

Рецензія на монографію «Аграрний сектор України: сировинна пастка», частина ІІ, підготовлену доктором економічних наук, професором Могильним Олексієм Миколайовичем 107

CONTENT

Macro–economic aspects of modern economy

RUSINA Yu. O.The budget process in Ukraine in the context of martial law: features and prospects 5
PUZYROVA P. V., PYLYPENKO O. O., HONCHARUK Ye. L. Methodological approaches to the formation and development of the economic potential of transnational corporations in conditions of turbulence and risk 10
SEMENOV O. S. Monetary and fiscal policy coordination in Ukraine with the purpose of post–war recovery of the economy 18

Innovation and investment policy

MOLNAR O. S., BRENZOVYCH O. I., POLIAKOV V. V. The problem of establishing macroeconomic equilibrium in the economy of Ukraine 27
SHABRANSKA N. I., MARYNINA S. V. Structure of the state policy of labor safety on the investment and innovation basis of economic development 32
SHATSKA Z. Ya., KLIMENKO A. Yu., POTEHINA M. P. Activities of international investment funds during the war and post–war reconstruction of Ukraine 38
KAIDANOVYCH V. V. Innovative future of food industry enterprises 44

Economic problems of development of branches and types of economic activity

BEBKO S. V., VERBOVETSKYI M. I. Strategic approaches to the formation and development of the enterprise's commodity policy in the conditions of post–war recovery 51
KRAMCHENKO R. A. Approaches to the formation of the production program of the enterprise 59
MELNYK L. S, PUZYROVA P. V, RATYNSKA O. S., DEINEKO O. I. Competitiveness management of enterprises under martial law 63
PUZYROVA P. V., SVYRYDOV A. O., SAMOYLENKO R. L., BALOV H. Yu. Strategic directions for the development and effective operation of integrated international business structures in the post–war period 70
OSADCHUK O. P., SHEREMETYNSKYJ M. A. Directions for improving the personnel management system at a modern enterprise 77
KRASNYAK O. P., HARBAR V. A. Personnel security in the personnel management system as a component of the economic security of enterprises 84
KRUPSKYI V. S. Integration of Ukrainian agriculture into the European market 93
RUMYK I. I., PUZYROVA P. V., KHALILIAEVA O. V., SEMENOV K. S. Methodological approaches to assessing the efficiency of an enterprise in the context of economic security 98

Reviews, comments, reviews

Review to the monograph «Agrarian sector of Ukraine: raw material trap», part II, prepared by Doctor of Economic Sciences, Professor Oleksiy Mykolayovych Mohylyny 107