

**Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя**

Тернопільська міська рада

**Корпорація «Науковий парк «Інноваційно-
інвестиційний кластер Тернопілля»**

«Страхова компанія «ТАС»

**Вроцлавський економічний університет
Університет «Опольська Політехніка»
Університет прикладних наук в Нисі**

**Індо-Європейська освітня фундація
(Республіка Польща)**

**Університет Дунареа де Йос м. Галац
(Румунія)**

**Ternopil Ivan Puluj National Technical
University**

Ternopil City Council

**Corporation «Science Park «Innovation-
Investment Cluster of the Ternopil Region»**

Insurance company «TAS»

**Wroclaw University of Economics
Opole University of Technology
University of Applied Sciences in Nysa**

**Indo-European Education Foundation
(the Republic of Poland)**

**University Dunarea de Jos of Galati
(Romania)**

МАТЕРІАЛИ

***XV Міжнародної науково-практичної конференції
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ
ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У
ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»***

***Proceedings of the 15 International Scientific-Practical Conference
“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS
COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN
GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”***

Перепелиця Андрій, Крупка Андрій ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ В БАНКІВСЬКОМУ СПОЖИВЧОМУ КРЕДИТУВАННІ	74
<u>СЕКЦІЯ 5</u> <u>ІННОВАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНІЙ БІРЖОВІЙ СФЕРІ ТА БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ</u>	
Кравець Вероніка, Королюк Ростислав ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	77
Стельмахук Юлія МАЙБУТНЄ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	78
<u>СЕКЦІЯ 6</u> <u>Страховий ринок України – каталізатор чи стримувач прогресивних змін у вітчизняній економічній системі?</u>	
Свідер Аліна ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	81
<u>СЕКЦІЯ 7</u> <u>Економічно ефективна торгівля: розуміння суті та сучасні підходи до її ведення</u>	
Мартинів Павло УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ	84
<u>СЕКЦІЯ 8</u> <u>Майбутнє конкурентоспроможності: розумне управління, розумні території, розумний бізнес</u>	
Галушак Ольга, Відловський Андрій УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ	86
Гвоздик Володимир СИНЕРГІЯ ІННОВАЦІЙ ТА УПРАВЛІННЯ: ФОРМУВАННЯ НОВОЇ МОДЕЛІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	87
Задирайко Уляна АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ БАНКУ З ІНТЕГРАЦІЄЮ ESG-ФАКТОРІВ ТА ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ	88
Кулик Анастасія РОЛЬ МОЛОДІ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	89
Поддубняк Денис, Луциків Іванна ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ	91
Синоверський Назар, Мариненко Наталія РОЗУМНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ: ІНСТИТУЦІЇ, ТЕРИТОРІЇ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ БІЗНЕС	93
Стецюк Василь, Луциків Іванна ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	95
Стрілецький Микола WOW-ЕФЕКТ І ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА МАШИНОБУДІВНОГО СПРЯМУВАННЯ: АНАЛІЗ І СИНТЕЗ	97
<u>СЕКЦІЯ 9</u> <u>Трансформація бізнес-процесів у контексті сталого розвитку</u>	
Бурліцька Оксана ІНКЛЮЗИВНІСТЬ ТА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ У РЕКЛАМІ	102

Стецюк Василь
студент групи БМм-61
кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Луциків Іванна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасних умовах глобалізації, динамічних технологічних змін і посилення конкуренції на ринках товарів і послуг ключовим завданням кожного підприємства є забезпечення ефективної організації виробничої та збутової діяльності. Саме від оптимального поєднання цих двох складових залежить конкурентоспроможність, фінансова стабільність і стратегічна стійкість підприємства. Виробничо-збутова політика виступає фундаментом стратегічного управління, оскільки поєднує процеси створення, просування та реалізації продукції, забезпечуючи узгодженість між внутрішніми ресурсами підприємства та зовнішніми вимогами ринку.

Виробнича політика підприємства — це сукупність управлінських рішень і заходів, спрямованих на ефективне використання виробничого потенціалу, удосконалення технологій, підвищення якості продукції, впровадження інновацій і забезпечення екологічної безпеки виробничих процесів. Її головна мета полягає у досягненні високої результативності виробництва при раціональному використанні матеріальних, трудових і фінансових ресурсів [1]. Ефективна виробнича політика сприяє підвищенню продуктивності праці, зниженню собівартості, підвищенню якості продукції та гнучкості виробничої системи.

Формування виробничої політики має базуватися на таких принципах, як системність, наукова обґрунтованість, гнучкість і адаптивність, інноваційність, економічна ефективність, екологічність та соціальна відповідальність. Дотримання цих принципів забезпечує збалансованість між технічними можливостями підприємства та потребами ринку, а також формує конкурентні переваги. Особливо важливим стає впровадження принципів інноваційності та сталого розвитку, що дозволяють підприємствам адаптуватися до викликів цифрової економіки та вимог екологічної політики ЄС.

У науковій літературі виділяють кілька видів виробничої політики підприємства, серед яких: інноваційна, інвестиційна, антикризова, ресурсозберігаюча, якісна, диверсифікаційна, експортно-орієнтована та соціально відповідальна. Найбільш перспективними для сучасного бізнес-середовища є інноваційна та ресурсозберігаюча політика, адже вони забезпечують модернізацію виробничих потужностей, підвищують ефективність використання ресурсів і сприяють переходу до концепції «зеленої економіки». Соціально відповідальна політика передбачає створення безпечних умов праці, розвиток персоналу, дотримання принципів етики бізнесу та зменшення негативного впливу виробництва на довкілля.

Збутова політика підприємства — це комплекс стратегічних і тактичних рішень, спрямованих на організацію ефективного процесу реалізації продукції, формування стабільних каналів збуту та задоволення потреб споживачів. Вона виступає завершальним етапом реалізації виробничо-економічної стратегії підприємства, забезпечуючи перетворення виробленого продукту на фінансовий результат [2].

Основними завданнями збутової політики є: забезпечення стабільного зростання обсягів продажів, розширення ринків збуту, формування ефективної системи каналів реалізації, підвищення рівня задоволеності клієнтів, оптимізація витрат на маркетинг і логістику, а також формування позитивного іміджу підприємства на ринку.

Успішність збутової діяльності значною мірою залежить від глибокого аналізу ринку, конкурентного середовища, поведінки споживачів і здатності підприємства оперативно реагувати на зміни кон'юнктури. У цьому контексті важливу роль відіграє впровадження сучасних інструментів управління — CRM-систем, Big Data-аналітики, інтернет-маркетингу та омніканальних стратегій, що забезпечують інтеграцію усіх каналів взаємодії зі споживачами та дозволяють формувати персоналізовані пропозиції.

Особливостями сучасної збутової політики є її гнучкість, клієнтоорієнтованість, інноваційність та цифровізація [3]. Підприємства активно використовують онлайн-канали продажів, електронну комерцію, соціальні мережі та партнерські платформи для розширення ринкової присутності. Збутова політика також тісно пов'язана з виробничою, фінансовою, інвестиційною та кадровою політиками, що забезпечує комплексний підхід до управління підприємством.

Міжнародні стандарти ISO 9001 (управління якістю), ISO 14001 (екологічний менеджмент), HACCP (система контролю безпечності харчових продуктів) є важливими орієнтирами для гармонізації українського законодавства з європейськими нормами. Впровадження цих стандартів підвищує довіру споживачів, відкриває доступ до зовнішніх ринків і сприяє сталому розвитку підприємств.

Порівняльний аналіз зарубіжного досвіду (ЄС, США, Японії, Канади) засвідчує, що ефективне функціонування виробничо-збутової політики можливе лише за умови поєднання економічної ефективності з високими стандартами безпеки, якості, соціальної відповідальності та екологічності. Зокрема, у країнах ЄС виробнича та збутова політика підприємств регулюється системою директив, спрямованих на розвиток конкуренції, захист прав споживачів, стандартизацію та екологічну безпеку. У США та Канаді діють потужні антимонопольні механізми (закони Шермана і Клейтона), які унеможливають зловживання ринковою владою та забезпечують чесну конкуренцію.

У сучасних умовах розвитку української економіки доцільним є поступовий перехід до європейської моделі регулювання виробничо-збутових процесів, яка передбачає прозорість, інноваційність і соціально-екологічну орієнтацію бізнесу [4]. Для цього важливим є подальше вдосконалення законодавства у сферах стандартизації, сертифікації, захисту прав споживачів, інноваційної діяльності, а також цифровізації державного регулювання.

Таким чином, виробничо-збутова політика виступає стратегічною основою розвитку підприємства, оскільки поєднує виробничі ресурси, технологічні можливості, маркетингові інструменти та правові механізми в єдину ефективну систему управління. Її результативність визначається комплексним підходом до планування, інноваційністю, гнучкістю, орієнтацією на потреби споживачів та дотриманням принципів сталого розвитку.

Підприємства, що впроваджують сучасну виробничо-збутову політику, здатні не лише підвищити свою конкурентоспроможність, але й забезпечити соціальну стабільність, екологічну безпеку та інтеграцію у світовий економічний простір.

Перелік використаних джерел:

1. Гринько Т.В. *Виробнича політика підприємства: теоретико-методологічні аспекти*. Економіка та держава. 2021. № 3. С. 24–29.
2. Котлер Ф., Келлер К. *Маркетинг менеджмент*. К.: Вільямс, 2021. 784 с.
3. Лук'янова В.В. *Збутова політика підприємства в системі маркетингового менеджменту*. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2020. № 69. С. 115–120.
4. Савицька Г.В. *Економічний аналіз діяльності підприємства*. К.: Знання, 2022. 496 с.