

**Чернишенко О. І.,**  
аспірантка  
Науковий керівник: **Кобелєва Т. О.,**  
д-р. екон. наук, професорка, професорка кафедри економіки бізнесу та  
міжнародних економічних відносин  
Національний технічний університет  
"Харківський політехнічний інститут", м. Харків

## **СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР РИНКОВОГО УСПІХУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОГРАМИ**

Собівартість продукції відіграє важливу роль у досягненні ринкового успіху для продовольчої промисловості. Враховуючи конкурентне середовище та високі очікування споживачів, ефективне керування собівартістю може визначати успіх підприємства [1-12]. Низька собівартість дозволяє підприємствам пропонувати конкурентоспроможні ціни на свою продукцію, що сприяє залученню більшого числа клієнтів та збільшенню обсягів продажів. Ефективне управління собівартістю дозволяє зберігати високу якість продукції при доступних цінах, що сприяє задоволенню споживачів та забезпечує їхню лояльність [1, 3, 7, 11]. Зниження собівартості дозволяє підприємствам бути більш гнучкими в ціноутворенні, що дозволяє адаптуватися до змін на ринку та конкурентній боротьбі. Зменшення собівартості може звільнити ресурси для дослідження та розвитку нових продуктів, що сприяє інноваціям та підвищує конкурентоспроможність. Низька собівартість може підвищити маржинальність продукції, що сприяє підвищенню прибутковості підприємства та його стабільності на ринку.

Дослідження собівартості продукції визначається необхідністю для підприємств ефективно керувати виробничими витратами та оптимізувати процеси виробництва в рамках продовольчої програми [2, 4, 5, 12]. Собівартість є ключовим показником, що визначає вартість виготовлення одиниці продукції і може суттєво вплинути на конкурентоспроможність підприємства на ринку продуктів. Зниження собівартості дозволяє підприємствам зберегти чи підвищити прибутковість, пропонувати конкурентоспроможні ціни та здійснювати стратегії ціноутворення, що можуть привертати більше клієнтів [6, 9]. Крім того, оптимізація собівартості дозволяє вдосконалити якість продукції, збільшити її ефективність та пристосувати її до вимог споживачів [1, 10]. У контексті зростаючих витрат на сировину, енергію та працю, а також постійних змін у глобальному ринковому середовищі, управління собівартістю стає стратегічно важливим завданням для підприємств у всіх галузях [3, 7]. Підприємства, які ефективно керують своєю собівартістю, мають більше шансів на досягнення успіху та стабільності на ринку.

Отже, дослідження собівартості продукції є актуальною і важливою для будь-якого підприємства темою, яке прагне досягти успіху та конкурентної переваги на ринку.

Зниження собівартості може відігравати важливу роль у досягненні ринкового успіху для підприємства. Витрати на виробництво можуть створити конкурентну перевагу, що суттєво впливаю на комерційні показники виробничої діяльності підприємства.

1. Ефективне використання ресурсів - оптимізація використання сировини, матеріалів, праці та енергії дозволяє знизити загальні витрати на виробництво.

2. Автоматизація та удосконалення процесів - впровадження автоматизованих систем та вдосконалення виробничих процесів може знизити витрати на робочу силу та покращити продуктивність.

3. Масштаб економії - збільшення обсягів виробництва може дозволити підприємству отримати значні знижки на матеріали через масштабні економії.

4. Конкурентоспроможні ціни - зниження собівартості дозволяє підприємству пропонувати продукцію за більш привабливими цінами порівняно з конкурентами, що може привертати більше клієнтів та підвищувати обсяги продажів.

5. Підвищення маржинальності - зменшення собівартості при необхідності може дозволити підприємству підвищити свою маржинальність, що в свою чергу сприяє покращенню фінансових показників та забезпечує більше ресурсів для розвитку та інвестування.

6. Більша гнучкість в ціноутворенні - зниження собівартості може забезпечити більшу гнучкість у ціноутворенні, що дозволяє підприємству реагувати на зміни на ринку та конкурентні тенденції

7. Ресурси для розвитку - зменшення собівартості може звільнити ресурси, які можна перенаправити на дослідження та розробку нових продуктів, розширення ринків або підвищення якості послуг.

8. Посилення позицій на ринку - зниження собівартості дозволяє підприємству вести більш агресивну маркетингову стратегію, таку як зниження цін, що сприяє залученню нових клієнтів та збереженню існуючих.

Таким чином, ефективне управління собівартістю може бути важливим фактором у досягненні ринкового успіху для підприємства, забезпечуючи йому перевагу над конкурентами та стабільне місце на ринку.

У доповіді розглядається роль зниження собівартості у досягненні ринкового успіху для підприємств, аналізується роль собівартості продукції як ключового фактора для досягнення ринкового успіху в продовольчій промисловості. Розглядаються основні аспекти ефективного керування собівартістю та його вплив на конкурентоспроможність підприємства.. Зазначається, що ефективне управління собівартістю може мати вирішальне значення для забезпечення конкурентних переваг та стійкого розвитку на ринку. Виокремлюються декілька ключових аспектів зменшення собівартості, включаючи оптимізацію виробничих процесів, ефективне використання ресурсів, автоматизацію та вдосконалення технологій. Акцентується увага на перевагах зниження собівартості, таких як можливість пропонувати конкурентоспроможні ціни, підвищення маржинальності, більша гнучкість в ціноутворенні та вільні ресурси для розвитку. Загальний висновок полягає в

тому, що зниження собівартості може бути важливим фактором у досягненні ринкового успіху, дозволяючи підприємствам забезпечити більшу конкурентоспроможність, ефективніше керувати витратами та залучати більше клієнтів.

В доповіді аналізується роль собівартості продукції як ключового фактору для досягнення ринкового успіху в продовольчій промисловості. Розглядаються основні аспекти ефективного керування собівартістю та його вплив на конкурентоспроможність підприємства.

### Список використаних джерел

1. Кобелева Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354с.
2. Витвицька О.Д. Вдосконалення механізмів соціально-економічних мотивацій підприємницької діяльності: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.02 / Ін-т регіональних досліджень НАН України. Л., 2000. 18с.
3. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Витвицька О.Д., Даценко М.С., Даценко С.М., Розвиток ринку сільськогосподарської техніки. Економіка АПК. 2010, №10. С. 103-108.
5. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства /ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л.-Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012. 703 с.
6. Витвицька О. Реалізація мотивацій підприємницької діяльності (вітчизняний та зарубіжний досвід). Регіональна економіка. 2000. №1. С.127-132
7. Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелева Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. *Економіка і організація управління*. № 1 (49), 2023. С.45-56
8. Витвицька О.Д., Козупиця Є.С. Інноваційні зміни та стимулювання розвитку галузі бджільництва в Україні. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2016. № 4. С. 44-48.
9. Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.
10. Витвицька О.Д. Роль комерціалізації інноваційної продукції у забезпеченні розвитку економіки. Агроінком. 2010. №10-12. С. 12-18.
11. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.  
URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>
12. Витвицька О.Д. Інноваційний розвиток підприємств аграрного сектору: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп. 2012. 407 с.