

УДК: 330.1

ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ЯК УПРАВЛІНСЬКИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*Анастасія ЩЕРБУХА, здобувач
Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Вважається, що ринковий успіх є головним критерієм оцінки діяльності підприємств, а ринкові можливості визначаються правильно розробленою та послідовно здійснюваною товарною політикою. З комерційної точки зору, підприємницька діяльність є ефективною, якщо вироблений фірмою товар чи послуга мають попит на ринку та приносять прибуток. У сучасних умовах формування ефективної товарної політики підприємства виступає важливим управлінським інструментом забезпечення сталого розвитку. Саме через товарну політику реалізуються стратегічні пріоритети підприємства, спрямовані на економічну стабільність, екологічну відповідальність та соціальну орієнтацію [1].

Загалом, сталий розвиток підприємства можна розуміти як гармонійне поєднання економічних, екологічних та соціальних аспектів діяльності, в той час як товарна політика забезпечує інтеграцію екологічних інновацій, енергоефективних технологій та соціально відповідальних практик у процес створення й реалізації продукції [2], що підкреслює взаємозв'язок даних процесів як загального і часткового. При цьому, власне товарна політика знаходиться в центрі маркетингових дій, і саме навколо неї будуються інші рішення та дії, які враховують конкретні можливості споживачів та їхню готовність купувати товари. Ці рішення та дії стосуються всього шляху руху товару від виробника до кінцевого споживача.

В умовах необхідності забезпечення сталого розвитку, формування товарної політики підприємств включає такі напрямки як інноваційний розвиток асортименту, оптимізація системи управління якістю, екологічна модернізація

виробництва, розвиток маркетингових комунікацій та розширення партнерських відносин. В результаті підприємство отримує ефект у вигляді збільшення кількості споживачів завдяки залученню нових, підвищення конкурентоспроможності та зниження екологічних ризиків, формування позитивного іміджу, а також зміцнення репутації підприємства та зростання соціальної відповідальності. (Табл.1)

Таблиця 1.

Напрямки удосконалення товарної політики підприємства в умовах сталого розвитку

Напрямок удосконалення	Суть заходу	Очікуваний ефект
1. Інноваційний розвиток асортименту	Розробка нових екологічних продуктів (органічна курятина, біоупаковка)	Залучення нових споживачів, підвищення частки ринку
2. Оптимізація системи управління якістю	Впровадження системи ISO 14001 і стандартів сталого виробництва	Підвищення конкурентоспроможності, зниження екологічних ризиків
3. Екологічна модернізація виробництва	Заміна енергоємного обладнання, перехід на відновлювані джерела енергії	Зменшення витрат, зниження вуглецевого сліду
4. Розвиток маркетингових комунікацій	Використання інструментів “зеленого маркетингу” і цифрових каналів	Формування позитивного іміджу бренду, підвищення довіри споживачів
5. Розширення партнерських відносин	Співпраця з постачальниками, що дотримуються принципів сталого розвитку	Зміцнення репутації підприємства, підвищення соціальної відповідальності

Джерело: створено автором на основі [2, 3, 5]

У цьому зв'язку, товарну політику можна сприймати як один з управлінських інструментів, який дозволяє шляхом впровадження відповідних заходів забезпечувати реалізацію принципів сталого розвитку, адже необхідними

умовами досягнення вказаних результатів є дії щодо розробки нових екологічних продуктів, впровадження сучасних стандартів якості у виробництво, перехід на відновлювальні джерела енергії та використання цифрових каналів просування продукції.

Таким чином, товарна політика виступає не лише інструментом комерційного управління, а й важливою складовою системи сталого розвитку підприємства, що забезпечує баланс між прибутковістю, соціальною відповідальністю та екологічною безпекою. Очевидно, що запропонована система рекомендацій орієнтована на поєднання інноваційних, екологічних і стратегічних підходів. Впровадження запропонованих заходів сприятиме не лише підвищенню ефективності управління товарною політикою, а й формуванню позитивного іміджу підприємства як соціально відповідального та екологічно орієнтованого учасника ринку.

Список використаних джерел

1. Samli A. C. Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(4), 2001. P. 421–422. URL: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=6684120&site=ehost-live>
2. Чепелюк Г. М., Гайович В. Ю. Визначення категорії «сталий розвиток» у контексті екологічного підприємництва. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. DOI: [10.32702/2307-2105-2020.7.69](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.7.69)
3. Томілін О.О. Регіональний аспект маркетингової стратегії екологізації аграрного виробництва. *Економіка і суспільство*, № 14, 2018. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/31.pdf
4. Ostapchuk A., Karpenko L., Abuselidze G., Chornenka L. Management of marketing risks in sustainable development. *E3S Web of Conferences, EDP Sciences, Les Ulis*. Vol. 371, p. 1-7. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337105011>

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЛЕЙБНИЦЬ-ІНСТИТУТ АГРАРНОГО РОЗВИТКУ
В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ (НІМЕЧЧИНА)
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК ВАЙЄНШТЕФАН-ТРИЗДОРФ (НІМЕЧЧИНА)
СЛОВАЦЬКИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ В НІТРІ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛАТВІЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУК ПРО ЖИТТЯ ТА ТЕХНОЛОГІЙ (ЛАТВІЯ)

Факультет аграрного менеджменту

**Кафедра адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності**



МАТЕРІАЛИ

**VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»**

04 листопада 2025 р.



Київ - 2025

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

Науково-редакційна колегія:

Організаційний комітет:

ТОНХА Оксана – проректор з наукової роботи та інноваційної діяльності НУБіП України, д.с.-г.н., професор, голова оргкомітету

ОСТАПЧУК Анатолій – в.о. декана факультету аграрного менеджменту, к.е.н., доцент, співголова оргкомітету

ШЛАУДЕРЕР Ральф – керівник Міжнародної школи Університету прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Міжнародний представник факультету сільського господарства, Представник з питань міжнародних освітніх програм і співпраці, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ГОРСЬКА Єлена – декан факультету економіки та менеджменту Словацького аграрного університету в Нітрі, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ПЕРЕХОЖУК Олександр – старший науковий співробітник Лейбніц-Інституту аграрного розвитку в країнах з перехідною економікою, PhD, професор, співголова оргкомітету

ЗЕВЕРТЕ-РІВЗА Сандія – дослідник Латвійського університету наук про життя та технологій, PhD, доцент, співголова оргкомітету

Члени оргкомітету:

КОВТУН Олена – завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, к.е.н., доцент;

БАСЮК Дарія – професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор

ЖЕМОЙДА Олександр – д.е.н., професор

ІБАТУЛЛІН Марат – д.е.н., професор

МОСТЕНСЬКА Тетяна – д.е.н., професор

ГОЛОМША Наталія – к.е.н., доцент

ДАВИДЕНКО Володимир – к.е.н., доцент

ДІБРОВА Лариса – к.е.н., доцент

КОВАЛЕНКО Наталія – к.е.н., доцент

КОЛЕСНИК Максим – к.е.н., доцент

КОСТЮК Ольга – к.е.н., доцент

КУЗЬМЕНКО Сергій – к.е.н., доцент

РАЛКО Олександра – к.е.н., доцент

ТЮРІНА Альона – к.е.н., доцент

ЧОРНЕНЬКА Людмила – к.е.н., доцент

ЯНЧЕВСЬКИЙ Руслан – к.е.н., доцент

ФАЙЧУК Олександр – к.е.н., доцент, секретар оргкомітету

МІЩЕНКО Іван – к.е.н., доцент, відповідальний за випуск збірника тез

Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (*протокол №4 від 20 листопада 2025 р.*).

«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, 04 листопада 2025 р. – К.: НУБіП України, 2025. – 245 с.

У збірнику представлені результати дослідження проблем сучасного менеджменту в умовах воєнного стану та інтеграції України до ЄС. Видання розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, практиків і всіх тих, хто цікавиться питаннями сучасних підходів до управління підприємствами і національним господарством.

Матеріали викладені в авторській редакції. Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори.

© Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, факультет аграрного менеджменту НУБіП України, 2025

© Автори