

Ivanov, Yu. B. et al. *Upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva* [Management of Enterprise Competitiveness]. Kharkiv: VD «INZhEK», 2010.

Kostiuk, L. A. "Teoretychni ta metodychni zasady otsinky konkurentospromozhnosti" [Theoretical and Methodological Principles of Competitiveness Assessment]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu*, no. 2 (2012): 22-30.

Krasniak, O. P., and Mytsyk, V. O. "Konkurentospromozhnist i konkurentni perevahy pidpriemstva v suchasnykh rynkovykh umovakh" [Competitiveness and Competitive Advantages of the Enterprise in Modern Market Conditions]. *Efektivna ekonomika*, no. 11 (2019).
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.40>

Kryvitska, V. V., and Zianko, V. V. "Mekhanizm upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva v umovakh nestabilnosti" [Mechanism of Management the Competitiveness of Enterprise in the Conditions of Instability]. *Efektivna ekonomika*, no. 8 (2020).
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.8.151>

Rybnytskyi, D. O., and Horodnia, T. A. "Suchasni pidkhody do otsiniuvannya konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Modern Approaches to Assessing Enterprise Competitiveness]. *Naukovyi visnyk*

NLTU Ukrainy, iss. 20.9 (2010): 227-230. https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20_9/227_Rybnycki_NV_20_9.pdf

Sakhno, I. V. "Analiz osnovnykh metodychnykh pidkhodiv do otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstv" [Analysis of the Main Methodical Approaches to Assessing the Competitiveness of Enterprises]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. 2, no. 2 (2012): 385-390.

Shulha, M. O. "Rozroblennia napriamiv pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Development of Directions for Increasing the Competitiveness of the Enterprise]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, no. 12 (2020): 135-141.
DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.23>

Somova, O. Ye. "Vartisna otsinka rivnia konkurentospromozhnosti pidpriemstv mashynobuduvannia" [Value Assessment of the Level of Competitiveness of Machine-building Enterprises]: *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04*, 2008.

Voronkova, A. E., Ponomaryov, V. P., and Dibnis, H. I. *Pidtrymka konkurentospromozhnogo potentsialu pidpriemstva* [Support of the Competitive Potential of the Enterprise]. Kyiv: Tekhnika, 2000.

УДК 338.512
JEL: D24; D29; M11; M21
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-333-338>

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ: АНАЛІЗ, МЕТОДИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ

©2024 РОЖКО В. І., СИДОРЕНКО А. О.

УДК 338.512
JEL: D24; D29; M11; M21

Рожко В. І., Сидоренко А. О. Шляхи зниження собівартості продукції: аналіз, методика та перспективи

Стаття присвячена актуальній проблемі зниження собівартості продукції в умовах сучасного ринку, особливо в контексті українських підприємств, які стикаються з унікальними викликами в умовах поточної війни. Метою даної статті є аналіз основних заходів щодо зниження собівартості продукції, виявлення невирішених проблем у даній сфері та визначення перспектив подальших досліджень. У статті проводиться аналіз основних шляхів зниження собівартості та ідентифікуються невирішені проблеми, такі як недостатньо активне впровадження новітніх технологій, нестабільність економічної ситуації та валютних курсів. Також розглядається важливе питання ефективного управління виробництвом на підприємствах з метою забезпечення їхньої конкурентоспроможності та прибутковості. Зокрема, досліджуються різноманітні шляхи оптимізації собівартості продукції, наприклад шляхом впровадження ефективних технологій та методів виробництва, мінімізації відходів, автоматизації управління та виробництва, оптимізації рівня запасів та заміни застарілого обладнання тощо. Автори аналізують кожен із цих шляхів, наводять конкретні методики та окреслюють перспективи їхнього застосування, роблячи акцент на важливості постійного аналізу ринкових умов та пристосування стратегії ціноутворення до змін. Дослідження використовує методику аналізу наукових досліджень та публікацій, включно з оглядом наукових статей, журнальних публікацій та вебресурсів. На основі зібраної інформації надається огляд практичних прикладів успішних підприємств, які використовують інноваційні методи зниження собівартості, а саме, такі всесвітньо відомі фірми, як Tesla, Inc., Unilever, Amazon, Walmart, General Electric (GE). Стаття має значний практичний і науковий інтерес для підприємств, що борються з економічними викликами, а також для дослідників, які цікавляться проблематикою оптимізації виробничих процесів.

Ключові слова: собівартість продукції, зниження собівартості, структура собівартості, підприємство.

Бібл.: 8.

Рожко Віктор Іванович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: viktor.rozhko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0153-6280>

Сидоренко Андрій Олегович – студент, кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: sidorenko2021ev11@student.karazin.ua

UDC 338.512
JEL: D24; D29; M11; M21

Rozhko V. I., Sydorenko A. O. The Ways to Reduce the Self-Cost of Production: Analysis, Methodology and Prospects

The article is devoted to the topical problem of reducing the self-cost of production in the modern market, especially in the context of Ukrainian enterprises that face unique challenges in the context of the ongoing war. The aim of this article is to analyze the main measures to reduce the cost of production, identify unresolved problems in this area and determine the prospects for further research. The article analyzes the main ways to reduce the self-cost and identifies unresolved problems, such as insufficiently active introduction of new technologies, instability of the economic situation and currency exchange rates. An important issue of effective production management at enterprises in order to ensure their competitiveness and profitability is also considered. In particular, various ways to optimize the cost of production are explored, for example, through the introduction of effective technologies and production methods, minimization of waste, automation of management and production, optimization of inventory levels and replacement of obsolete equipment, etc. The authors analyze each of these paths, provide specific methodologies and outline the prospects for their application, emphasizing the importance of continuous analysis of market conditions and adapting the pricing strategy to changes. The research uses the methodology of analysis of scientific research and publications, including a review of scientific articles, journal publications and web resources. Based on the collected information, an overview of practical examples of successful enterprises that use innovative methods of cost reduction is provided, namely, such world-famous firms as Tesla, Inc., Unilever, Amazon, Walmart, General Electric (GE). The article will be of considerable practical and scientific interest for enterprises struggling with economic challenges, as well as for researchers interested in the problems of optimization of production processes.

Keywords: self-cost of production, cost reduction, cost structure, enterprise.

Bibl.: 8.

Rozhko Viktor I. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: viktor.rozhko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0153-6280>

Sydorenko Andrii O. – Student, Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: sidorenko2021ev11@student.karazin.ua

Сучасний ринок вимагає від підприємств постійного підвищення ефективності та конкурентоспроможності продукції. Одним із ключових факторів цього процесу є зниження собівартості. Зниження витрат на виробництво дозволяє компаніям не лише збільшити свою прибутковість, але й зайняти більш вигідне положення на ринку.

Зокрема, така проблема є особливо актуальною для українських підприємств, які стикаються з унікальними викликами в умовах війни. Це нагальна проблема, яка має великий вплив на їх діяльність. Компанії стикаються з численними перешкодами та обмеженнями через перебої з електропостачанням, нестабільністю в енергетичному секторі та загрозою безпеки. Ці фактори можуть суттєво ускладнити виробничі процеси та збільшити собівартість продукції. Під час таких кризових ситуацій, як війна, компанії повинні долати екстремальні умови та знаходити способи адаптації. Тому дослідження шляхів зниження собівартості є особливо важливим у такому контексті для українських підприємств.

Питання собівартості загалом і шляхів, факторів її зниження розглядали у своїх роботах такі вітчизняні економісти, як Дмитрієв І. А., Шевченко І. Ю. [1, с. 170], Іванілов О. С. [2, с. 590], Ковальська Л. Л., Кривов'язюк І. В. [3, с. 373], Бойчик І. М. [4, с. 284].

Зробили акцент на теоретичні розробки та термінологію в цій сфері Дмитрієв І. А., Шевченко І. Ю.

О. С. Іванілов визначає собівартість продукції як сукупні витрати, понесені на підготовку та виробництво товару, виражені в грошовій формі.

У це визначення включаються три ключові аспекти: відображення витрат і ресурсів, що використовуються у виробництві; демонстрація їх у грошовій формі та визначення конкретної мети використання ресурсів. У дослідженні автор виділяє різні види виробничих витрат, зокрема планові, фактичні, нормативні, кошторисні та ін. Пояснює також їх значення для визначення фінансових результатів та ефективного використання ресурсів в організаціях.

Колектив авторів, очолюваних Ковальською Л. Л. і Кривов'язюком І. В., визначили, що собівартість продукції є важливим показником економічної ефективності виробництва підприємства, оскільки відображає всі сторони господарської діяльності. Окрім цього, автори зазначили, що зменшення собівартості сприяє підвищенню прибутку та конкурентоспроможності. До факторів зниження собівартості віднесли підвищення технологічного рівня виробництва, удосконалення організації виробництва і праці, зміну обсягу виробництва та підвищення якості продукції.

Бойчик І. М. встановила, що зниження собівартості продукції досягається шляхом економії витрат на матеріали, робочу силу та адміністративні витрати. Економія будь-якого виду витрат може бути джерелом зниження собівартості, але часто зменшення одного типу витрат призводить до зростання іншого. Авторка підкреслює, що ключовим способом зниження собівартості є скорочення найбільш значних витрат.

Незважаючи на досягнення в галузі зниження собівартості продукції, існують ряд невирішених проблем. Наприклад, багато підприємств стика-

ються з труднощами при впровадженні новітніх технологій через високі витрати на їхню імплементацію та необхідність спеціалізованого персоналу. Також проблемою є нестабільність економічної ситуації та коливання валютних курсів, що може впливати на собівартість продукції.

Метою даної статті є аналіз основних заходів щодо зниження собівартості продукції, виявлення невіршених проблем у даній галузі та визначення перспектив подальших досліджень.

Для досягнення поставленої мети було проведено аналіз наукових досліджень та публікацій щодо зниження собівартості продукції. Дослідження включало в себе огляд наукових статей, журнальних публікацій та вебресурсів з цієї тематики. Зібрана інформація була систематизована та проаналізована з метою визначення основних шляхів зниження собівартості продукції та ідентифікації невіршених проблем у даній галузі.

Також як приклади шляхів зниження собівартості продукції на підприємствах було наведено досвід таких всесвітньо відомих фірм, як Tesla, Inc., Unilever, Amazon, Walmart, General Electric (GE).

Як відомо, основною ціллю всіх підприємств завжди було і буде максимізувати прибуток від своєї продукції. Прибуток від продажу продукції прямо залежить від попиту на цей товар. «Економічна теорія визначає попит як зв'язок між двома конкретними змінними: ціною і кількістю блага. Попит – не просто кількість, це завжди перелік (англ. – *schedule*) цін і перелік кількостей (величин блага), які люди прагнуть купити» [6]. Тобто найбільше на зміни в попиті впливають величини блага та ціни на них.

Якщо з першим все зрозуміло, то про ціни вважаємо за потрібне поговорити більш детально. «Ціна продукції перебуває під впливом дії різних відносно незалежних від виробника факторів: середнього рівня доходів населення; наповнення ринку; обсягів та цін на суміжну продукцію; цін на ресурси; смаку споживачів продукції; культури, релігії й традицій; природно-кліматичних умов тощо» [7].

Але описані фактори, що впливають на ціну продукції, визначають лише загальний контекст утворення вартості товару на ринку. Враховуючи зміни в цих факторах, підприємства постійно аналізують ринкові умови та пристосовують свою стратегію ціноутворення. Проте не завжди підвищення ціни є оптимальним рішенням для збільшення прибутку, особливо в умовах конкурентного середовища. Таким чином, виробники повинні також ретельно контролювати витрати на виробництво, щоб забезпечити оптимальний рівень собівартості продукції.

«Собівартість продукції – це виражені в грошовій формі сукупні витрати на підготовку та випуск продукції (робіт, послуг)... Чим краще працює підприємство, ефективніше використовує виробничі ресурси, тим нижча собівартість продукції (робіт, послуг)» [5].

Собівартість включає такі витрати:

- 1) на оплату праці;
- 2) на збут товару;
- 3) на матеріали, спожиті в процесі виробництва (сировина, напівфабрикати, паливо, електроенергія);

Чим ефективніше використовуються виробничі ресурси, тим буде нижча собівартість продукції, робіт і послуг.

Структура собівартості

Структура собівартості включає в себе різні складові витрат. «Виробнича собівартість готової продукції включає:

1. *Прямі матеріальні витрати*: це вартість сировини, матеріалів, купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів.
2. *Прямі витрати на оплату праці*: витрати на виплату основної та додаткової заробітної плати, включно з будь-якими видами грошових і матеріальних доплат, виплати, передбачені законодавством про працю.
3. *Інші прямі витрати*: відрахування на соціальні заходи, плату за оренду земельних і майнових паїв, амортизацію необоротних активів, вартість остаточно забракованої продукції, витрати на виправлення браку.
4. *Розподілені загальновиробничі витрати*: витрати, пов'язані з організацією виробництва в цехах і дільницях» [8].

Собівартість може бути класифікована за різними ознаками. *Залежно від виробничого процесу* собівартість може бути:

1. *Постійною собівартістю*: витрати, які залишаються сталими незалежно від обсягу виробництва.
2. *Змінною собівартістю*: витрати, які змінюються пропорційно зміні обсягу виробництва.

За об'єктом впливу собівартість може бути:

1. *Прямою собівартістю*: витрати, які можна віднести безпосередньо до конкретної одиниці продукції.
2. *Непрямою собівартістю*: витрати, які не можуть бути прямо віднесені до конкретної одиниці продукції.

Приклад. Зниження собівартості є важливим завданням для підприємств у забезпеченні їхньої конкурентоспроможності та прибутковості. Деякі шляхи зниження собівартості включають:

1. *Упровадження ефективних технологій та методів виробництва.* Реалізується за такими напрямками:
 - ✦ оцінка поточного стану технологічних процесів на підприємстві;
 - ✦ аналіз інноваційних технологій для поліпшення виробництва;
 - ✦ упровадження сучасного обладнання та програмного забезпечення для автоматизації й оптимізації виробництва;
 - ✦ навчання та підготовка співпрацівників роботі з новими технологіями та методами виробництва за допомогою тренінгів та курсів.

Один із прикладів цього підходу можна побачити в **Tesla, Inc.** Компанія активно використовує передові технології у виробництві своїх електромобілів. Наприклад, вони впровадили виробництво на лініях з однією рухомою деталлю, що дозволяє зменшити кількість робочих годин і підвищити продуктивність. За допомогою цього підходу Tesla може знижувати витрати на виробництво та підвищувати ефективність процесів. Ще одним інноваційним рішенням, що використовує Tesla, є впровадження роботизованих систем у виробництві. Роботи виконують складні операції з великою швидкістю і точністю, що забезпечує якість продукції та знижує ймовірність помилок.

Окрім того, Tesla інвестує в дослідження та розвиток нових матеріалів і технологій, що дозволяє постійно підвищувати якість і продуктивність своєї продукції. Наприклад, компанія постійно вдосконалює акумуляторні технології для своїх електромобілів, що дозволяє збільшувати дальність їх пробігу та підвищувати конкурентоспроможність на ринку.

2. *Мінімізація відходів та оптимізація використання сировини та матеріалів.* Полягає у впровадженні таких заходів:
 - ✦ визначення сфер використання сировини та матеріалів, щоб виявити потенційні точки витоку;
 - ✦ упровадження системи моніторингу для виявлення та усунення непотрібного використання ресурсів;
 - ✦ використання технологій переробки для перетворення відходів у корисні для виробничого процесу матеріали;
 - ✦ упровадження заходів для зменшення негативного впливу виробництва на навколишнє середовище, забезпечуючи екологічну відповідальність.

Unilever послідовно вживає заходів щодо скорочення відходів і оптимізації використання ресурсів. Вони поліпшують методи упаковки та ви-

користовують екологічніші матеріали, що сприяє економії на сировині, мінімізації відходів і збільшенню прибутковості. Це також підвищує стійкість компанії перед ринковими коливаннями.

Одним із ключових напрямків діяльності **Unilever** є вдосконалення упаковки продуктів. Шляхом використання більш екологічних матеріалів та оптимізації дизайну упаковки вони досягають зменшення кількості відходів. Наприклад, вони переходять на використання біорозкладних матеріалів або матеріалів, що можуть бути вторинно використані або перероблені. Такі заходи сприяють не лише зниженню впливу на довкілля, а й економлять ресурси та зменшують витрати на упаковку.

3. *Упровадження автоматизованих систем управління та виробництва для зниження витрат на працю та підвищення продуктивності.* Реалізується за допомогою таких заходів:

- ✦ оцінка наявних бізнес-процесів для виявлення можливостей автоматизації;
- ✦ вибір і впровадження системи автоматизації, що відповідає конкретним потребам;
- ✦ підготовка персоналу для ефективної роботи з автоматизованими системами;
- ✦ регулярне відстеження роботи автоматизованих систем для забезпечення їхньої ефективності та постійного вдосконалення.

Amazon у своїх складських приміщеннях і центрах доставки впроваджує автоматизовані роботизовані системи для управління та виробництва. Це сприяє зниженню витрат на робочу силу та підвищенню ефективності управління складами та логістичних операцій. Автоматизація процесів зменшує ймовірність помилок і оптимізує витрати, що приводить до підвищення продуктивності та зниження собівартості товарів.

Одним із ключових аспектів упровадження автоматизованих систем управління та виробництва в **Amazon** є їхня інтеграція з інтелектуальними алгоритмами та системами штучного інтелекту, які дозволяють оптимізувати розміщення товарів на складі, маршрутизацію доставок та управління інвентарем. Це дозволяє підприємству швидко реагувати на зміни в попиті, уникати перенасичення складу та забезпечувати ефективну обробку замовлень.

4. *Оптимізація рівня запасів сировини та готової продукції для зменшення затрат на їх утримання.* Відбувається завдяки таким заходам:

- ✦ оцінка рівнів запасів сировини та готової продукції для встановлення ідеальних рівнів;

- ✦ розробка системи для прогнозування майбутнього попиту, щоб скоригувати рівні запасів;
- ✦ впровадження системи Just-In-Time для мінімізації рівнів запасів і витрат на їх зберігання;
- ✦ регулярне відстеження рівнів запасів, щоб оптимізувати їх і запобігати дефіциту.

Walmart використовує технологічно просунуті складські системи, що автоматично керують рівнем запасів і передбачають попит. Ці системи допомагають запобігти надмірним запасам і знизити витрати на зберігання, оптимізуючи операції та знижуючи загальну вартість товарів.

Однією з ключових особливостей є те, що за допомогою складних алгоритмів і моделей Walmart може аналізувати історичні дані продажів, тенденції споживання та інші фактори, щоб точно передбачити попит на товари в майбутньому. Це дозволяє компанії налаштувати рівні запасів відповідно до реальних потреб ринку й уникнути надмірного або недостатнього запасу товарів.

5. *Заміна застарілого обладнання на більш продуктивне та енергоефективне.* Полягає у впровадженні таких заходів:

- ✦ оцінка стану обладнання та виявлення необхідності його оновлення;
- ✦ підбір та інтеграція прогресивного й енергоефективного устаткування для поліпшення продуктивності.

Завод **General Electric (GE)** постійно модернізує своє виробниче обладнання, переходячи на більш ефективні та енергоощадні моделі. У результаті знижуються енерговитрати та поліпшується продуктивність виробництва, що зменшує виробничі витрати та підвищує рентабельність.

Цей важливий процес оновлення обладнання у GE розпочинається з оцінки стану та продуктивності наявного устаткування. Спеціалісти з технічної служби здійснюють аналіз ефективності та визначають, які пристрої потребують оновлення або заміни.

Після цього відбувається підбір інноваційних та енергоефективних моделей обладнання для інтеграції у виробничий процес. GE вкладає значні ресурси в дослідження та розробку передових технологій, які спрямовані на зниження енерговитрат та оптимізацію продуктивності.

У підсумку можна сказати, що для зниження виробничих витрат компанії можуть розглянути оптову купівлю компонентів або замінити їх на доступніші альтернативи, які відповідають необхідним стандартам.

Переглядаючи оформлення, можна зменшити кількість матеріалів та компонентів без шкоди для якості.

Аналіз цих можливостей часто веде до помітного скорочення виробничих затрат.

Вартість виробництва охоплює всю діяльність компанії, включно з технічним обладнанням, управлінням виробництвом, використанням ресурсів та іншими факторами.

Оптимізація цих елементів, наприклад скорочення транспортних витрат, може допомогти знизити собівартість. Проте слід пам'ятати, що зниження собівартості не повинне йти на шкоду якості чи безпеці.

ВИСНОВКИ

Зниження собівартості продукції є важливим завданням для підприємств у сучасних умовах. Основні шляхи досягнення цієї мети включають в себе оптимізацію виробничих процесів, використання новітніх технологій та управління витратами. Проте існують невирішені проблеми, такі як складність впровадження новітніх технологій і нестабільність економічної ситуації.

Для подальших досліджень у цьому напрямку рекомендується зосередитися на впровадженні інноваційних рішень у сфері управління виробництвом і постачанням.

Варто зазначити саме поради вітчизняним підприємствам – зосередитися на підвищенні ефективності виробничих процесів та управлінні витратами. Одним із ключових напрямів можуть бути використання інновацій і передових методів у сфері виробництва та управління. Українські компанії можуть активно впроваджувати новітні системи автоматизації, виробництва та інші сучасні рішення для зниження собівартості виробництва. Крім того, важливо активно співпрацювати з науковими установами та впроваджувати їхні розробки у виробництво. Також рекомендується провести аналіз внутрішніх процесів і витрат з метою виявлення можливості їх оптимізації та скорочення. Варто зазначити, що українським підприємствам важливо використовувати місцеві ресурси та знаходити альтернативні джерела постачання, що зменшить транспортні та імпорتنі витрати.

Якщо підсумувати, то українські підприємства мають активно застосовувати інноваційні підходи та стратегії, спрямовані на зниження собівартості виробництва, що сприятиме їх конкурентному розвитку та успішній конкуренції на міжнародному ринку. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Дмитрієв І. А., Шевченко І. Ю. Економіка підприємства : навч. посіб. Харків, 2018. 292 с.

- Іванілов О. С. Економіка підприємства : підруч. Київ, 2009. 728 с.
- Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Л. Л. Ковальської, І. В. Кривов'язюка. Київ : Кондор, 2020. 700 с.
- Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с.
- Причепя О. В., Руда Л. П. Економіка та організація виробництва : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2017. 186 с.
- Основи економічної теорії : підручник. 2003. URL: <https://library.if.ua/books/67.html>
- Шаповал О. Ф., Бутнік-Сіверський О. Б. Ціна продукції: успіх діяльності підприємства. *Харчова і переробна промисловість*. 1995. № 1. С. 10–11. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8af99ad1-c6ea-4423-8e65-a00d869965a1/content>
- Види та структура собівартості продукції підприємства. Реферат. *Освіта.ua*. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/21913/

REFERENCES

Boichyk, I. M. *Ekonomika pidpriemstva* [Business Economics]. Kyiv: Kondor, 2016.

- Dmytriiev, I. A., and Shevchenko, I. Yu. *Ekonomika pidpriemstva* [Business Economics]. Kharkiv, 2018.
- Ekonomika pidpriemstva* [Business Economics] / ed. by L. Kovalska, I. Kryvoviazziuk. Kyiv: Kondor, 2020.
- Ivanilov, O. S. *Ekonomika pidpriemstva* [Business Economics]. Kyiv, 2009.
- “Osnovy ekonomichnoi teorii” [Foundations of Economic Theory]. 2003. <https://library.if.ua/books/67.html>
- Prychepa, O. V., and Ruda, L. P. *Ekonomika ta orhanizatsiia vyrobnytstva* [Economy and Organization of Production]. Vinnytsia: VNTU, 2017.
- Shapoval, O. F., and Butnik-Siverskyi, O. B. “Tsina produkt-sii: uspikh diialnosti pidpriemstva” [Product Price: The Success of the Enterprise]. *Kharchova i pererobna promyslovishtv*. no. 1 (1995): 10-11. <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8af99ad1-c6ea-4423-8e65-a00d869965a1/content>
- “Vydy ta struktura sobivartosti produktsii pidpriemstva. Referat” [Types and Cost Structure of the Company's Products. Abstract]. *Osvita.ua*. https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/21913/

УДК 338.1
JEL: D24; M21; O10
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-338-344>

ОЦІНКА ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

©2024 ХАХАЛЄВ Д. О.

УДК 338.1
JEL: D24; M21; O10

Хахалєв Д. О. Оцінка забезпеченості сталого розвитку підприємства

Метою статті є визначення системи показників для оцінки забезпеченості сталого розвитку підприємства, сильних і слабких сторін в наявній практиці його функціонування з метою подальшого формування стратегії розвитку. У статті досліджено питання оцінки забезпеченості сталого розвитку підприємства, що є ключовим аспектом сучасного бізнес-менеджменту. Сталий розвиток підприємства охоплює економічні, екологічні та соціальні аспекти, які мають бути гармонійно інтегровані для досягнення довгострокової стабільності та конкурентоспроможності. Автор аналізує різні методологічні підходи до оцінки сталого розвитку, включно з такими кількісними та якісними показниками, як індекси стійкості, екологічні та соціальні звіти. Розглянуто аспекти оцінки результативності функціонування підприємства через систему оцінювання економічної, соціальної та екологічної складових сталого розвитку. Розроблено методи та інструменти для управління сталим розвитком, які дозволяють ідентифікувати джерела, сутність і напрями змін для забезпечення стійкості. Уточнено визначення категорії «механізм управління сталим розвитком». Визначено, що одним із важливих інструментів є проведення незалежних аудиторських перевірок, які дозволяють оцінити відповідність діяльності підприємства міжнародним стандартам сталого розвитку, таким як ISO 26000 (соціальна відповідальність) та ISO 14001 (екологічне управління). Такі перевірки допомагають ідентифікувати перешкоди та визначити напрями й інструменти підвищення результативності функціонування підприємства. Особлива увага приділяється ролі стратегічного планування та управління ресурсами в контексті сталого розвитку, а також впливу зовнішніх факторів, таких як законодавство та ринкові умови. У результаті дослідження було запропоновано систему показників оцінки сталого розвитку підприємства, що включає показники економічної ефективності, екологічної відповідальності та соціальної справедливості. Висновки та пропозиції доцільно використовувати в роботі менеджерів та дослідників, зацікавлених у впровадженні та вдосконаленні стратегій сталого розвитку на підприємствах.

Ключові слова: сталий розвиток, підприємство, показники оцінки, механізм управління сталим розвитком підприємства, складові сталого розвитку.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 9.

Хахалєв Дмитро Олександрович – кандидат економічних наук, начальник департаменту податкового контролю стратегічних активів, ТОВ «ТАС ЕССЕТ МЕНЕДЖМЕНТ» (вул. Велика Васильківська/Басейна, 1-3/2, Київ, 01024, Україна)

E-mail: хахалєв@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-4861-3550>