

УДК 658.8:004.738.5

В. Г. Гноєвий,

к. е. н., доцент кафедри економічного проектування та маркетингу,

Придніпровський інститут ВНЗ "Міжрегіональна академія управління персоналом"

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-1669-9680>**Є. М. Арістаров,**

к. т. н., доцент кафедри економічного проектування та маркетингу,

Придніпровський інститут ВНЗ "Міжрегіональна академія управління персоналом"

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-7052-2556>**І. М. Щербина,**

к. т. н., доцент кафедри економічного проектування та маркетингу,

Придніпровський інститут ВНЗ "Міжрегіональна академія управління персоналом"

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-3699-9432>

DOI: 10.32702/2306-6792.2024.21.83

АДАПТИВНІ МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТОВАРНОГО РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

V. Hnoievyi,

PhD in Economics, Prydniprovskiy Institute of Higher Education Institution

"Interregional Academy of Personnel Management"

Y. Aristarov,

PhD in Technical Sciences, Prydniprovskiy Institute of Higher Education Institution

"Interregional Academy of Personnel Management"

I. Shcherbyna,

PhD in Technical Sciences, Prydniprovskiy Institute of Higher Education Institution

"Interregional Academy of Personnel Management"

ADAPTIVE OPPORTUNITIES OF UKRAINIAN MANUFACTURERS IN THE CONTEXT OF PRODUCT MARKET DEVELOPMENT UNDER GLOBALIZATION

Глобалізація змінює структуру товарних ринків, створюючи нові можливості та виклики для України. Адаптація українських виробників до умов підвищеної конкуренції, зміни споживчих вподобань та вимог до якості продукції стає необхідною для їхньої конкурентоспроможності. Основним викликом є конкуренція з іноземними компаніями, що спонукає до впровадження інновацій та оптимізації виробництва. Зміни споживчих уподобань суттєво впливають на український ринок, адже нові тенденції споживання вимагають від виробників швидкого реагування. Разом з тим, глобалізація відкриває нові міжнародні ринки, що вимагає адаптації продукції до потреб іноземних споживачів. Державна політика повинна підтримувати українських виробників через фінансування та розвиток інфраструктури. Успіх українських підприємств залежить від їхньої здатності до гнучкості, інноваційності та стратегічного планування.

Globalization significantly transforms the structure of commodity markets by integrating national economies into the global system. For Ukraine, aiming to connect with European and global markets, this presents both opportunities and challenges. Ukrainian producers must adapt to increased competition, shifting consumer preferences, and rising quality standards. A key challenge is the competition from foreign companies that benefit from advanced technologies and resources, leading to heightened quality demands and lower prices. For example, the Ukrainian food market is pressured by imports with better pricing and quality, compelling local producers to innovate and enhance their processes.

At the same time, globalization allows Ukrainian manufacturers to enter international markets and reach a broader consumer base, necessitating adaptations to meet foreign standards. Ukrainian producers can exploit the rising global demand for organic products by expanding their offerings and emphasizing environmental considerations. Changes in consumer preferences significantly impact the Ukrainian market, as new consumption trends demand swift responses from manufacturers. Consumers are more informed, pushing companies toward innovation. The increasing popularity of processed foods, ready-made meals, and eco-products requires Ukrainian firms to reassess their strategies and adopt new technologies. State policy plays a crucial role in supporting Ukrainian manufacturers. While governments often seek to protect local producers through customs barriers, Ukraine must actively promote its products abroad by implementing effective export strategies and collaborating with international partners. Ukrainian manufacturers also face economic instability, political issues, and social changes, which can lead to market losses and reduced demand. This situation necessitates flexibility and quick adaptation from enterprises. Despite these challenges, Ukrainian businesses can learn from successful international companies by analyzing best practices to implement new technologies, reduce costs, and enhance product quality.

Ключові слова: глобалізація, конкуренція, споживчі переваги, інновації, експорт, економічна стабільність.

Key words: globalization, competition, consumer preferences, innovations, export, economic stability.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі глобалізація стає однією з ключових тенденцій, що суттєво впливають на структуру та динаміку товарних ринків. Вона створює нові можливості для виробників, але водночас й породжує значні виклики, з якими необхідно вміло справлятися [1]. Для українських виробників цей процес може стати як каталізатором розвитку, так і джерелом нових ризиків. В умовах жорсткої конкуренції на міжнародних ринках важливо вивчити, як глобалізація змінює споживчі переваги, постачальницькі ланцюги та стратегії виходу на нові ринки.

Актуальність дослідження товарного ринку в умовах глобалізації обумовлена необхідністю адаптації українських виробників до нових економічних реалій. Глобалізація сприяє інтеграції національних економік у світову систему, що вимагає від компаній здатності швидко реагувати на зміни попиту та пропозиції, оптимізувати виробничі процеси та покращувати якість продукції. Оскільки українська економіка стикається з різноманітними викликами, такими як економічна нестабільність, міжнародна конкуренція та зміни в законодавстві, дослідження можливостей і стратегій, які можуть забезпечити успішну діяльність на товарному ринку, є надзвичайно важливим для забезпечення сталого розвитку вітчизняного виробництва.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасних наукових дослідженнях [2, 3], присвячених товарному ринку в умовах глобалізації, акцентується увага на впливі глобалізаційних процесів на економіку України. Багато авторів зазначають, що глобалізація є двосічним мечем: з одного боку, вона відкриває нові можливості для експорту та залучення інвестицій, з іншого — підвищує конкурентний тиск з боку іноземних виробників. Наприклад, у дослідженнях, присвячених аналізу зовнішньої торгівлі України, акцентується на важливості адаптації вітчизняних підприємств до міжнародних стандартів якості та технологій.

Дослідження, проведені в останні роки [4, 5], також підкреслюють вплив глобалізації на споживчі переваги, які постійно змінюються під впливом світових трендів. Відзначається, що українські виробники повинні враховувати не лише традиційні фактори попиту, але й нові, такі як екологічність продукції та соціальна відповідальність. Однак, незважаючи на наявні наукові напрацювання, недостатньо висвітлено питання щодо специфіки адаптації українських виробників до нових споживчих вимог у рамках глобальних ринків.

Також актуальним є аналіз постачальницьких ланцюгів [6]. Останні публікації вказують на необхідність оптимізації логістичних процесів та інтеграції сучасних інформаційних тех-

нологій для забезпечення ефективної роботи на глобальному ринку. Проте не вистачає досліджень, які б системно охоплювали питання розвитку партнерських відносин між українськими виробниками та іноземними компаніями, що можуть стати ключовими для зміцнення позицій на ринку.

Крім того, важливим аспектом є дослідження ролі державної політики у підтримці українських виробників в умовах глобалізації. Хоча деякі роботи акцентують увагу на необхідності вдосконалення регуляторного середовища, недостатньо уваги приділяється впливу державних ініціатив на формування конкурентних переваг українських компаній у міжнародному контексті. Особливо актуальним є вивчення механізмів, які можуть сприяти інноваційному розвитку та трансформації підприємств.

Окрім цього, слід зазначити, що незважаючи на численні дослідження, мало уваги приділяється вивченню конкретних випадків успішних українських виробників, які змогли адаптуватися до умов глобалізації. Це може бути важливим джерелом знань і досвіду для інших компаній. Аналіз успішних стратегій, які були реалізовані вітчизняними підприємствами, допоможе зрозуміти, які підходи є найефективнішими у нових умовах.

Отже, незважаючи на наявність численних досліджень у сфері товарного ринку та глобалізації, залишаються нерозкритими ключові питання, такі як специфіка адаптації українських виробників до нових споживчих вимог, оптимізація постачальницьких ланцюгів, роль державної політики та аналіз успішних практик. Вирішення цих питань може стати важливим кроком у забезпеченні конкурентоспроможності українських виробників на міжнародних ринках.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою даного дослідження є всебічний аналіз впливу глобалізаційних процесів на товарний ринок України, зокрема вивчення викликів і можливостей, що виникають для українських виробників у контексті міжнародної конкуренції. Дослідження передбачає оцінку адаптаційних стратегій українських підприємств до змінюваних споживчих вимог та нових умов ринкової діяльності, а також вивчення ефективності державної політики щодо підтримки вітчизняного виробництва в умовах глобалізації. Зокрема, увага буде зосереджена на виявленні найкращих практик і стратегій успішних українських компаній, що дозволя-

ють їм займати конкурентоспроможні позиції на світових ринках.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Глобалізація [1, 7], як багатогранний процес інтеграції національних економік у світову економічну систему, суттєво змінює структуру товарних ринків. Для України, яка прагне інтегруватися в європейські та світові економічні простори, це створює як нові можливості, так і виклики. У контексті глобалізації, українські виробники стикаються з необхідністю адаптації до нових умов, які пов'язані з підвищенням конкуренції, зміною споживчих вподобань і вимог до якості продукції.

Одним із основних викликів для українських виробників є зростаюча конкуренція з боку іноземних компаній [2, 4], які мають доступ до сучасних технологій і ресурсів. Ця конкуренція підвищує вимоги до якості продукції, знижує ціни та змушує підприємства шукати нові шляхи для оптимізації витрат і покращення продукції. Наприклад, ринок харчових продуктів в Україні зазнає тиску з боку імпортованих товарів, що мають більш вигідну цінову політику або високі стандарти якості. У результаті українські виробники змушені впроваджувати інновації та вдосконалювати свої виробничі процеси, щоб відповідати цим вимогам.

Одночасно глобалізація відкриває нові можливості для українських виробників. Вони можуть виходити на нові міжнародні ринки, отримуючи доступ до більш широкої бази споживачів. Це вимагає від підприємств адаптації своїх продуктів до потреб іноземних споживачів і стандартів, які можуть суттєво відрізнятися від внутрішніх. Наприклад, українські виробники можуть скористатися популярністю органічних продуктів на світовому ринку, розширюючи свій асортимент і зосереджуючись на екологічних вимогах.

Значний вплив на товарний ринок України має і зміна споживчих вподобань. Глобалізація [1, 2] веде до поширення нових трендів і моделей споживання, які вимагають швидкої реакції з боку виробників. Споживачі стають більш обізнаними та вибагливими, що спонукає компанії до інновацій. Наприклад, споживання продуктів з високим ступенем переробки, готової їжі та еко-продуктів зростає, що змушує українські компанії переглядати свої стратегії та впроваджувати нові технології для задоволення цих потреб.

Ще одним важливим аспектом є роль державної політики у підтримці українських ви-

робників. Уряди країн, що розвиваються, часто намагаються захистити своїх виробників від іноземної конкуренції через митні бар'єри та інші регуляторні заходи. Однак у глобалізованому світі простого захисту може бути недостатньо. Україні необхідно не лише захищати свої ринки, але й активно просувати свої товари за кордоном, реалізуючи стратегії експорту та співпраці з міжнародними партнерами.

Серед викликів, з якими стикаються українські виробники, також варто зазначити нестабільність економіки, політичну ситуацію та соціальні зміни. Наприклад, конфлікти та військові дії можуть призводити до втрат на ринку, зниження виробництва і зменшення попиту на товари. Це вимагає від підприємств більшої гнучкості та здатності швидко адаптуватися до змінюваних умов.

Попри виклики, що виникають внаслідок глобалізації, українські підприємства мають можливість скористатися досвідом інших країн, які успішно інтегрувалися в світову економіку. Аналіз успішних практик міжнародних компаній може стати важливим джерелом знань для українських виробників, які прагнуть впроваджувати нові технології, зменшувати витрати та покращувати якість продукції.

Отже, вплив глобалізації на товарний ринок України є багатограним і неоднозначним. Це як виклики, так і можливості, які потребують від українських виробників постійної адаптації, інновацій та стратегічного планування. Тільки шляхом комплексного підходу та врахування всіх аспектів глобалізації українські компанії зможуть зберегти конкурентоспроможність на міжнародному ринку і забезпечити своє стійке зростання в умовах глобальних змін.

Адаптація українських підприємств до нових споживчих вимог і умов ринкової діяльності є необхідною умовою для забезпечення їх конкурентоспроможності на світовій арені. Одним із ключових елементів адаптації є здатність компаній вивчати та впроваджувати інновації, що відповідають сучасним вимогам споживачів. Наприклад, успішні українські виробники активно використовують нові технології для оптимізації своїх виробничих процесів, що дозволяє їм знижувати витрати і підвищувати якість продукції.

Однією з найбільш перспективних стратегій адаптації є інтеграція принципів сталого розвитку у виробничі процеси. Українські підприємства все частіше усвідомлюють, що споживачі стають більш свідомими щодо екологічності продукції. Відповідно, компанії починають впроваджувати екологічні практики, такі як

зменшення викидів, ефективне використання ресурсів і переробка відходів. Це не лише сприяє покращенню іміджу підприємства, але й відкриває нові ринки для екологічно чистих товарів.

Ще однією важливою стратегією є розвиток бренду. Українські компанії розуміють, що для виходу на міжнародні ринки необхідно створювати конкурентоспроможний брендинг. Це передбачає розробку унікальної торгової пропозиції, що відрізняє їхню продукцію від аналогів. Успішні приклади, такі як виробники органічних продуктів, демонструють, що якісний бренд може стати запорукою успіху на світовій арені.

Також важливою є стратегія цифровізації виробництва. Перехід на сучасні інформаційні технології та автоматизація процесів дозволяють українським підприємствам підвищувати ефективність роботи, зменшувати витрати та покращувати обслуговування клієнтів. Наприклад, компанії, що впроваджують системи управління запасами та CRM-системи, отримують значні переваги в управлінні клієнтськими відносинами і адаптації до змін у попиті.

Водночас, українські підприємства зіштовхуються з численними викликами у процесі адаптації. Серед них слід виділити нестабільність економічної ситуації, нестачу інвестицій, а також відсутність кваліфікованих кадрів. В умовах глобалізації українські компанії повинні активно шукати іноземні інвестиції та співпрацювати з міжнародними партнерами для покращення своїх позицій на ринку.

Важливу роль у підтримці вітчизняних виробників відіграє державна політика. Ефективність державних ініціатив, спрямованих на підтримку українського виробництва, є ключовою для створення сприятливого інвестиційного клімату. Держава повинна розробити стратегії, які включають податкові пільги, субсидії та інші форми підтримки для компаній, що впроваджують інновації та розвивають виробництво.

Державна політика повинна також зосереджуватися на формуванні інфраструктури, що підтримує підприємництво. Наприклад, розвиток транспортної та логістичної інфраструктури може суттєво вплинути на зниження витрат підприємств і підвищення їхньої конкурентоспроможності. Українські виробники, які мають доступ до якісної інфраструктури, можуть більш ефективно виходити на міжнародні ринки.

Успішні українські компанії, такі як "Миронівський хлібопродукт" і "Рошен", демонструють, як інноваційні підходи та ефективна дер-

жавна підтримка можуть сприяти досягненню високих результатів. Ці компанії впроваджують сучасні технології, адаптують свою продукцію до потреб споживачів і активно працюють над виходом на нові ринки, що дозволяє їм займати конкурентоспроможні позиції на міжнародному рівні.

Висновуючи, можна зазначити, що адаптація українських підприємств до змінюваних споживчих вимог та умов ринкової діяльності є складним, але необхідним процесом. Успіх вимагає від компаній гнучкості, інноваційності та стратегічного планування. Ефективна державна політика в цьому контексті може стати потужним каталізатором для розвитку вітчизняного виробництва, що в свою чергу позитивно вплине на економіку країни в цілому. Тільки спільними зусиллями держави і підприємств можна досягти сталого розвитку і підвищення конкурентоспроможності української економіки на світовій арені.

Приклад.

"Миронівський хлібопродукт" (МХП) зіткнувся з викликами на ринку в умовах зростання інтересу споживачів до органічних і здорових продуктів. Споживчі уподобання змінюються: люди стають більш свідомими у виборі харчових продуктів, прагнуть до здорового способу життя та екологічної безпеки. У відповідь на ці тенденції компанія реалізувала програму переходу до виробництва органічної курятини.

З метою адаптації до нових вимог МХП почала сертифікацію своїх ферм за стандартами органічного виробництва. Це передбачало використання натуральних кормів без добавок, ведення селекції за високими стандартами та дотримання вимог щодо добробуту птиці. В результаті цього кроку компанія змогла не лише задовольнити зростаючий попит на органічні продукти, але й вийти на міжнародні ринки, де ціна на органічну курятину є значно вищою.

Для підтримки нової продуктової лінії компанія також здійснила ребрендинг, акцентуючи увагу на екологічності та натуральності своєї продукції. Вона розробила рекламну кампанію, спрямовану на інформування споживачів про переваги органічної курятини, її безпечність і високі стандарти виробництва. Використання цифрових платформ для просування продукту, зокрема соціальних мереж і онлайн-магазинів, дозволило досягти широкої аудиторії.

Державна політика України у сфері підтримки аграрного сектора також зіграла важ-

ливу роль у цій адаптації. Зокрема, програми фінансування і субсидії для виробників органічної продукції сприяли впровадженню нових технологій та поліпшенню інфраструктури. Це допомогло компанії зменшити витрати на виробництво та покращити якість продукції, що у свою чергу підвищило її конкурентоспроможність на світових ринках.

Впровадження органічного виробництва і зміна маркетингової стратегії дали свої результати. За кілька років компанія МХП змогла значно збільшити частку органічної продукції у своєму асортименті. Підприємство стало одним із лідерів на українському ринку органічної курятини і активно експортує свою продукцію до країн Європейського Союзу, де попит на органічні продукти продовжує зростати.

Отже, адаптація українських підприємств до змінюваних споживчих вимог в умовах глобалізації є ключовим фактором їхньої успішності. Приклад компанії "Миронівський хлібопродукт" демонструє, як стратегічні рішення в сфері виробництва і маркетингу, разом із підтримкою держави, можуть сприяти досягненню конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Це є важливим уроком для інших українських виробників, які прагнуть адаптуватися до нових умов і вимог сучасного споживчого середовища.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Глобалізація має значний вплив на структуру товарних ринків України, створюючи як можливості, так і виклики для вітчизняних виробників. З одного боку, зростаюча конкуренція з боку іноземних компаній підвищує вимоги до якості продукції і стимулює підприємства до впровадження інновацій. З іншого боку, відкриваються нові ринки, що дає змогу українським виробникам розширювати свій асортимент і адаптувати продукцію до потреб іноземних споживачів. Сьогодні критично важливо, щоб українські підприємства не тільки реагували на зміни в споживчих уподобаннях, але й проактивно шукали нові можливості для зростання через інноваційні стратегії.

Перспективи подальших досліджень в цій сфері повинні зосереджуватися на аналізі адаптаційних стратегій, які використовують українські підприємства в умовах глобалізації. Дослідження можуть включати вивчення ефективності імплементації сталого розвитку у виробництво, зокрема, практик екологічної відповідальності, а також аналіз впливу циф-

ровізації на конкурентоспроможність підприємств. Інтерес також викликає питання розвитку бренду в контексті міжнародної конкуренції, що потребує вивчення кращих практик брендингу та маркетингу, які використовують українські компанії для виходу на нові ринки.

Окремої уваги заслуговують результати державною політики, яка підтримує вітчизняних виробників. Подальші дослідження можуть включати оцінку ефективності існуючих державних ініціатив, спрямованих на підтримку інновацій, а також вивчення нових можливостей для покращення інвестиційного клімату в Україні. Взаємодія між державою і підприємствами у контексті глобалізації може стати ключовим фактором успіху української економіки, тому дослідження в цій області відкриває нові горизонти для академічної спільноти і практиків.

У цілому, адаптація українських підприємств до нових умов глобального ринку є складним і багатограним процесом, який вимагає стратегічного підходу, інновацій та активної державної підтримки. Виклики, з якими стикаються виробники, потребують комплексного аналізу і розробки ефективних стратегій для забезпечення стійкого розвитку і конкурентоспроможності на світовій арені. Це передбачає не лише адаптацію до сучасних споживчих вимог, а й проактивний підхід до освоєння нових технологій та інноваційних бізнес-моделей.

Література:

1. Banerjee A. K. Second-order moment risk connectedness across climate and geopolitical risk and global commodity markets. *Economics Letters*. Vol. 235. 2024. 111551. doi: 10.1016/j.econlet.2024.111551
2. Gozgor G., Khalfaoui R., Yarovaya L. Global supply chain pressure and commodity markets: Evidence from multiple wavelet and quantile connectedness analyses. *Finance Research Letters*. Vol. 54. 2023. 103791. doi: 10.1016/j.frl.2023.103791
3. Doojav G.-O., Luvsannyam D., Enkh-Amgalan E. Effects of global liquidity and commodity market shocks in a commodity-exporting developing economy. *Journal of Commodity Markets*. Vol. 30. 2023. 100332. doi: 10.1016/j.jcomm.2023.100332
4. Carrera J., Montes-Rojas G., Toledo F. Global financial cycle, commodity terms of trade and financial spreads in emerging markets and developing economies. *Structural Change and Economic Dynamics*. Vol. 64. 2023. P. 179—190. doi: 10.1016/j.strueco.2022.12.006

5. Mojtahedi F., Ahelegbey D. F., Martina M. Modeling interdependence between climatic factors, commodities, and financial markets. *Heliyon*. Vol. 10. Issue 17. 2024. e36316. doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e36316

6. Juvenal L., Petrella I. Reprint of "Unveiling the dance of commodity prices and the global financial cycle". *Journal of International Economics*. Vol. 149. 2024. 103941. doi: 10.1016/j.jinteco.2024.103941

7. Naeem M. A., Hamouda F., Karim S. Tail risk spillover effects in commodity markets: A comparative study of crisis periods. *Journal of Commodity Markets*. Vol. 33. 2024. doi: 10.1016/j.jcomm.2023.100370

References:

1. Banerjee, A. K. (2024), "Second-order moment risk connectedness across climate and geopolitical risk and global commodity markets", *Economics Letters*, vol. 235, 111551. doi: 10.1016/j.econlet.2024.111551
 2. Gozgor, G. Khalfaoui, R. and Yarovaya, L. (2023), "Global supply chain pressure and commodity markets: Evidence from multiple wavelet and quantile connectedness analyses", *Finance Research Letters*, vol. 54, 103791. doi: 10.1016/j.frl.2023.103791
 3. Doojav, G.-O. Luvsannyam, D. and Enkh-Amgalan, E. (2023), "Effects of global liquidity and commodity market shocks in a commodity-exporting developing economy", *Journal of Commodity Markets*, vol. 30, 100332. doi: 10.1016/j.jcomm.2023.100332
 4. Carrera, J. Montes-Rojas, G. and Toledo, F. (2023), "Global financial cycle, commodity terms of trade and financial spreads in emerging markets and developing economies", *Structural Change and Economic Dynamics*, vol. 64, pp. 179—190. doi: 10.1016/j.strueco.2022.12.006
 5. Mojtahedi, F. Ahelegbey, D. F. and Martina, M. (2024), "Modeling interdependence between climatic factors, commodities, and financial markets", *Heliyon*, vol. 10, issue 17, e36316. doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e36316
 6. Juvenal, L. and Petrella, I. (2024), "Reprint of "Unveiling the dance of commodity prices and the global financial cycle", *Journal of International Economics*, vol. 149, 103941. doi: 10.1016/j.jinteco.2024.103941
 7. Naeem, M. A. Hamouda, F. and Karim, S. (2024), "Tail risk spillover effects in commodity markets: A comparative study of crisis periods", *Journal of Commodity Markets*, vol. 33, 100370. doi: 10.1016/j.jcomm.2023.100370
- Стаття надійшла до редакції 11.10.2024 р.*