

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 9.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.9.49>

УДК 338.2

*Н. А. Караван,
к. е. н, доцент кафедри менеджменту,
Дніпровський державний технічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6845-7862>*

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

*N. Karavan,
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management,
Dniprovsky State Technical University*

ECONOMIC ASPECTS OF THE PRODUCTION PROCESS

У статті досліджуються економічні аспекти виробництва продукції в умовах воєнної нестабільності, зокрема формування собівартості, механізми ціноутворення та фактори конкурентоспроможності підприємств. Особливу увагу приділено впливу воєнних чинників на зростання витрат: подорожчання ресурсів, перебої з постачанням, обмеження транспортної логістики, ризику втрати виробничих потужностей. Розглянуто взаємозв'язок собівартості з формуванням ціни продукції, що відображає баланс між витратами виробника, платоспроможністю споживачів та умовами ринкової кон'юнктури. Особлива увага приділена конкурентоспроможності продукції як комплексному показнику, що включає

економічні, соціальні, інноваційні та управлінські фактори. Наголошено, що у воєнних умовах собівартість та ціна продукції перестають бути лише внутрішніми управлінськими показниками і стають індикаторами здатності підприємств швидко адаптуватися до нестабільності, забезпечувати конкурентоспроможність та соціальну відповідальність.

The article examines the economic aspects of production under conditions of wartime instability, which underscores the relevance of the study in both scientific and practical dimensions. Production is defined as a fundamental component of the economy, as it ensures the creation of material goods, the generation of employment, and the replenishment of the state budget. In times of war, its role becomes even more significant due to its direct impact on the economic security of the state. Special attention is devoted to key economic categories—cost, price, and product competitiveness—which, under current conditions, acquire strategic importance. It is shown that rising resource and energy prices, disruptions in supply chains, restrictions in the transport sector, risks of losing production capacity, and the necessity of enterprise relocation directly contribute to the growth of production costs. These factors are noted to significantly complicate traditional cost accounting models and make managerial decision-making increasingly complex. The study highlights that price formation during wartime has a dual nature: on the one hand, it must compensate for the producer's rising expenses, while on the other, it must reflect the reduced purchasing power of the population. Price thus becomes not only an economic but also a social indicator, determining product accessibility for consumers while simultaneously influencing the financial stability of enterprises. Particular emphasis is placed on the necessity of adopting a flexible approach to pricing, which includes differentiation across consumer categories, the introduction of promotional offers, adaptation of the product range, and consideration of risks associated with shortages and high logistics costs. Competitiveness is analyzed as a multifaceted characteristic that extends beyond price parameters to encompass innovation, organizational

flexibility, social responsibility, and consumer trust. The article demonstrates that in wartime, enterprise competitiveness depends not only on cost efficiency and appropriate pricing but also on the ability to adapt rapidly to environmental changes, maintain product quality, and sustain interaction with society. The study concludes that cost, price, and competitiveness form a triangle of economic equilibrium on which the sustainability of production activities depends. In wartime conditions, this balance proves extremely fragile and requires new approaches to cost management and pricing. The findings are of considerable significance for both the development of economic science and the practice of enterprise management, as they outline pathways for enhancing business adaptability, safeguarding financial stability, and contributing to the strengthening of national economic security.

Ключові слова: *процес виробництва, економічні аспекти, собівартість, ціна, конкурентоспроможність продукції.*

Keywords: *production process, economic aspects, cost of production, price, product competitiveness.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Виробництво є базовою ланкою економіки, що забезпечує створення матеріальних благ, робочих місць і наповнення бюджету. У сучасних умовах воєнного часу його значення посилюється, оскільки від стабільності виробничих процесів залежить економічна безпека держави та здатність забезпечувати критично важливі потреби населення та оборонного сектору. Саме тому дослідження економічних аспектів виробництва продукції стає надзвичайно актуальним.

Економічні аспекти виробництва, такі як собівартість, ціна та конкурентоспроможність продукції, у воєнний час набувають особливого значення. Підприємства стикаються з порушенням логістичних ланцюгів, підвищенням вартості енергоносіїв і сировини, обмеженням доступу до

кваліфікованих кадрів, що безпосередньо впливає на собівартість продукції. Водночас споживчі пріоритети змінюються, зменшується платоспроможність населення, що робить ціноутворення та підтримання конкурентоспроможності складнішим завданням.

Потреба у дослідженні економічних аспектів процесу виробництва продукції зумовлена сучасними економічними умовами, зокрема воєнним станом і нестабільністю ринку. Ефективне управління витратами, калькулювання собівартості та формування обґрунтованої ціни продукції є критично важливими для забезпечення фінансової стійкості підприємств. В умовах коливань ринкової кон'юнктури, інфляції та ресурсних обмежень особливо актуально оцінювати взаємозв'язок між собівартістю, ціною та конкурентоспроможністю продукції. Крім того, необхідність оптимізації виробничих процесів і підвищення якості продукції вимагає науково обґрунтованих рекомендацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження економічних аспектів виробництва продукції широко представлені у фахових наукових працях. Вергун В. С., Цвек О. В., Воронко Р. М. здійснили аналіз сучасних методів обліку витрат і калькулювання собівартості продукції на підприємствах. Автори досліджували переваги та обмеження різних підходів (прямий, повний, стандартний облік витрат) і запропонували шляхи їх удосконалення, що забезпечують підвищення точності визначення собівартості. Дослідження показали, що інтеграція результатів калькулювання у процес ціноутворення та управлінських рішень сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції [1].

Глушач Д. В., Фальченко Д. В. зосередилися на методичних аспектах формування первинних даних та систематизації витрат у процесі калькулювання собівартості. Автори обґрунтували, що вдосконалення методів обліку витрат дозволяє забезпечити точне визначення витрат на продукцію і підвищує ефективність управлінських рішень, що, у свою чергу, сприяє кращому контролю за виробничими та фінансовими результатами

підприємств [2]. Командровська Л. В., Кривицька О. Р., Дудар Т. Г. досліджували взаємозв'язок між методами калькулювання собівартості та ефективністю ціноутворення на підприємствах. Результати показали, що застосування таких методів при встановленні цін дозволяє підприємствам оперативно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури та підтримувати стабільні позиції на ринку, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність [3].

Ліганенко І. В., Дарушин О.В., Ніколаєв О.І. розглянули основні аспекти встановлення цін на виробничих підприємствах як важливого стратегічного елементу для отримання конкурентних переваг. Дослідили роль управління витратами у забезпеченні виробництва конкурентоспроможної продукції, систематизували проблеми цінової політики та основні аспекти формування управлінського рішення щодо встановлення цін [4]. Міщук В. Ю., Веселовська О. І. зосередили увагу на управлінні витратами та собівартістю з позицій промислового маркетингу. Дослідження продемонстрували, що інтеграція обліку витрат і управлінських рішень дозволяє точніше визначати ціни, підвищувати ефективність виробництва і формувати конкурентоспроможну продукцію, що сприяє економічній стабільності підприємств [5].

Разом із тим, існує низка питань, які потребують подальших досліджень. По-перше, більшість робіт зосереджена на стабільних економічних умовах, тоді як сучасні реалії, зокрема воєнний стан та економічна нестабільність, суттєво впливають на собівартість, ціноутворення та конкурентоспроможність. По-друге, недостатньо уваги приділено комплексній інтеграції соціальних, інноваційних та енергозберігаючих аспектів у процес управління витратами та цінами. По-третє, існує потреба у методологічному розвитку моделей адаптивного ціноутворення та управління собівартістю в умовах ризиків, нестачі ресурсів і зміни ринкових умов.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є

дослідження ключових економічних аспектів процесу виробництва продукції, зокрема собівартості, формування ціни та факторів конкурентоспроможності, з урахуванням умов воєнного часу. Завдання статті полягають у аналізі формування собівартості продукції та факторів її зростання в умовах воєнної нестабільності; дослідженні механізмів ціноутворення з урахуванням обмежень платоспроможності населення та державного регулювання; визначенні ключових факторів конкурентоспроможності продукції в умовах економічної невизначеності та воєнних ризиків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними економічними аспектами виробництва є собівартість, ціна та конкурентоспроможність продукції. *Собівартість* продукції у виробничому процесі виступає базовою економічною категорією, яка відображає сукупність усіх витрат підприємства на виготовлення та реалізацію продукції. Вона формується за рахунок вартості сировини, матеріалів, палива, енергії, амортизаційних відрахувань, заробітної плати та інших складових, які прямо чи опосередковано пов'язані з виробництвом. У мирний час структура собівартості є більш передбачуваною і може коригуватися шляхом оптимізації витрат чи модернізації технологічних процесів. Однак у воєнних умовах витратна частина набуває нового змісту, оскільки підприємства зіштовхуються з подорожчанням ресурсів, транспортними обмеженнями, перебоями з енергопостачанням, ризиками втрати виробничих потужностей і навіть необхідністю евакуації виробництва в безпечніші регіони.

Важливо підкреслити, що собівартість у період воєнної нестабільності не лише відображає реальні витрати підприємства, а й стає індикатором його здатності адаптуватися до мінливого середовища. Так, зростання вартості енергоносіїв чи палива безпосередньо збільшує виробничі витрати, а перебої з постачанням сировини примушують компанії шукати альтернативних постачальників, часто за вищими цінами. Додатковим фактором є витрати на логістику, які різко підвищуються через зміну маршрутів, підвищені ризики

перевезень та необхідність використання більш безпечних, але довших шляхів.

У воєнний час питання собівартості продукції виходить за межі внутрішніх управлінських рішень і стає частиною державної економічної політики. Для підтримки підприємств держава може запроваджувати податкові пільги, субсидії на енергоресурси чи компенсації за релокацію виробництва. У свою чергу, підприємства мають переглядати свої бізнес-моделі, впроваджувати енергоощадні технології, оптимізувати витрати на персонал, використовувати гнучкі форми зайнятості. Усе це дозволяє хоча б частково зменшити тиск витрат на собівартість і зберегти можливість виробляти конкурентоспроможну продукцію.

Собівартість у сучасних умовах є не просто показником економічної ефективності, а своєрідним «лакмусовим папірцем» здатності підприємства до виживання та розвитку. Її зростання вимагає швидких управлінських рішень, а її контроль стає стратегічним завданням у системі економічного управління виробництвом у воєнний час.

Формування ціни продукції є одним із найважливіших економічних аспектів виробництва, адже від ціни залежить фінансова стійкість підприємства, рівень його прибутковості, а також можливість залишатися конкурентоспроможним на ринку. Ціна безпосередньо пов'язана із собівартістю продукції, однак вона не зводиться лише до механічного додавання прибутку до витрат. Це складна економічна категорія, яка відображає баланс між витратами виробника, купівельною спроможністю споживачів і загальною ринковою кон'юнктурою.

У воєнних умовах процес ціноутворення значно ускладнюється. По-перше, постійне зростання собівартості через подорожчання енергоносіїв, палива та сировини змушує підприємства піднімати ціни на продукцію. По-друге, купівельна спроможність населення падає через зниження доходів, зростання безробіття та вимушену міграцію. Це створює суперечність: з одного боку, виробник повинен забезпечити покриття своїх витрат, а з

іншого-враховувати платоспроможний попит, який у кризових умовах обмежений.

Особливістю ціноутворення під час війни є також посилений вплив зовнішніх чинників. Інфляційні процеси, коливання валютного курсу, нестабільність податкового навантаження та можливі державні регуляції (наприклад, встановлення граничних цін на окремі соціально значущі товари) прямо впливають на здатність підприємств формувати ціну. Водночас виробники часто стикаються з необхідністю враховувати ризикову надбавку, що відображає можливі втрати від логістичних проблем, простоїв або руйнування виробничих потужностей.

У таких умовах підприємства вимушені застосовувати більш гнучкі підходи до ціноутворення. Це може бути використання диференційованих цін для різних категорій споживачів, введення акційних пропозицій для підтримки попиту, перегляд асортименту на користь дешевших, але більш масових товарів. Водночас для продукції, яка має стратегічне значення або обмежену пропозицію, може встановлюватися вища ціна, що враховує дефіцитність і складність виробництва.

Таким чином, ціна продукції у воєнний час виступає не лише економічним, а й соціальним індикатором. Вона показує, наскільки підприємство може поєднати власні інтереси із потребами суспільства та здатністю населення оплачувати товари. Грамотне ціноутворення стає інструментом виживання підприємства і водночас фактором стабільності внутрішнього ринку, що особливо важливо в умовах війни.

Конкурентоспроможність продукції є інтегральною характеристикою, яка визначає здатність підприємства успішно функціонувати на ринку в умовах конкуренції. Вона відображає співвідношення ціни та якості товару, ступінь його відповідності потребам клієнтів, а також умови просування і післяпродажного обслуговування. У мирний час фактори конкурентоспроможності здебільшого зводяться до економічної ефективності виробництва, інноваційності та маркетингових стратегій. Проте

в умовах війни конкурентоспроможність набуває особливого змісту, оскільки ринок стискається, споживчі пріоритети змінюються, а підприємства змушені діяти в умовах обмежених ресурсів і високої невизначеності.

Одним із ключових факторів конкурентоспроможності залишається ціна. Продукція, яка є надто дорогою для пересічного споживача у період падіння доходів, втрачає свою привабливість, навіть якщо її якість висока. Тому виробники прагнуть знайти баланс між витратами і ціновою доступністю, часто оптимізуючи технологічні процеси або випускаючи продукцію в більш простих і дешевих модифікаціях. Водночас якість товару не може ігноруватися, адже навіть у кризових умовах споживачі не готові відмовлятися від базових стандартів надійності й безпеки.

Значну роль у забезпеченні конкурентоспроможності відіграє інноваційність. Підприємства, які впроваджують нові технології, модернізують виробництво або адаптують продукцію до воєнних потреб, отримують додаткові переваги на ринку. Війна стимулює також розвиток імпортозаміщення, що створює для вітчизняних виробників можливості зайняти нішу, яка раніше була заповнена іноземними товарами.

Не менш важливим є фактор довіри до виробника. У кризовий час споживачі обирають тих постачальників, які гарантують стабільність, своєчасне виконання зобов'язань і відповідальне ставлення до клієнтів. Це означає, що конкурентоспроможність формується не лише за рахунок економічних параметрів, а й через репутацію підприємства, його здатність демонструвати соціальну відповідальність.

Таким чином, конкурентоспроможність продукції у воєнний час виходить за межі класичних ринкових критеріїв. Вона визначається здатністю підприємства адаптуватися до нестабільності, швидко реагувати на зміни в попиті, забезпечувати доступну ціну при збереженні належної якості. Це комплексна категорія, що відображає не лише економічні, а й соціальні, інноваційні та моральні аспекти діяльності виробника.

Фактори впливу на окремі економічні аспекти процесу виробництва згруповані на рис.1.

Взаємозв'язок собівартості, ціни та конкурентоспроможності продукції формує базу економічних аспектів виробництва, оскільки саме ці три складові визначають життєздатність підприємства на ринку.



Рис. 1 Фактори впливу на економічні аспекти процесу виробництва

Джерело: Побудовано автором

Саме собівартість є вихідною точкою, яка відображає реальні витрати виробника на створення товару. Ціна, у свою чергу, стає тим інструментом, що дозволяє не лише відшкодувати витрати, але й забезпечити прибуток і розвиток підприємства. Конкурентоспроможність постає як результат гармонійного поєднання собівартості й ціни з якісними характеристиками продукції, рівнем її інноваційності та відповідності потребам споживачів.

У воєнний час цей взаємозв'язок набуває ще більшої ваги, адже порушена стабільність ринкових умов змушує підприємства діяти у ситуації постійного ризику й обмежених ресурсів. Зростання собівартості під впливом подорожчання енергоресурсів, сировини, логістики та зменшення обсягів виробництва створює тиск на цінову політику. Якщо підприємство підвищує ціни пропорційно витратам, воно ризикує втратити покупців через падіння купівельної спроможності населення. Якщо ж воно намагається стримувати ціни, то виникає загроза недоотримання прибутку і навіть збитковості. У такій дилемі ключовим завданням стає пошук компромісу між витратами і можливостями ринку.

Конкурентоспроможність у цьому контексті виступає інтегруючим показником. Вона демонструє, наскільки вдало підприємство здатне утримати оптимальний рівень ціни, не втрачаючи якості продукції та довіру споживачів. В умовах війни особливого значення набуває фактор адаптивності: виробники, які можуть швидко скорочувати витрати, переходити на альтернативні джерела сировини, оптимізувати логістику чи навіть змінювати профіль виробництва, отримують шанс залишатися конкурентними.

Не можна ігнорувати й соціальний вимір цього взаємозв'язку. Ціна продукції стає не лише економічним індикатором, а й показником доступності для населення, яке переживає зниження доходів і невизначеність майбутнього. Тому підприємства, які прагнуть зберегти конкурентоспроможність, змушені враховувати не лише власні економічні інтереси, а й соціальну відповідальність, пропонуючи товари за справедливими цінами і водночас підтримуючи якість.

Таким чином, собівартість, ціна і конкурентоспроможність формують трикутник економічної рівноваги, в якому кожна складова впливає на інші. У воєнний час цей баланс стає надзвичайно крихким, а його підтримка потребує від підприємств не лише ефективного управління витратами і

цінковою політикою, а й стратегічної гнучкості, здатності адаптуватися до ринкових викликів та орієнтації на довгострокову довіру споживачів.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Економічні аспекти виробництва продукції у воєнний час мають стратегічне значення. Вони включають контроль собівартості, формування соціально обґрунтованої ціни та підтримку конкурентоспроможності продукції. Збереження балансу між цими складовими визначає здатність підприємств адаптуватися до змінного середовища та підтримувати ефективність виробництва, що сприяє стійкості національної економіки.

Собівартість продукції у воєнний час перестає бути лише бухгалтерським показником витрат. Вона відображає масштаб проблем, з якими стикаються виробники: подорожчання ресурсів, порушення логістики, нестабільність енергопостачання, втрату частини трудових ресурсів. Контроль і оптимізація собівартості стають одним із головних чинників виживання бізнесу. Ціна продукції, у свою чергу, виступає не лише економічним інструментом покриття витрат і формування прибутку, але й соціальним індикатором, що визначає доступність товарів для населення. У період зниження купівельної спроможності правильна цінова політика стає запорукою збереження попиту і підтримки стабільності на внутрішньому ринку.

Конкурентоспроможність продукції об'єднує у собі вплив витрат і ціни, але водночас виходить за межі суто економічних показників. Вона охоплює якість, інноваційність, гнучкість виробничих процесів і рівень довіри до підприємства. В умовах війни конкурентоспроможність формується також на основі здатності підприємств швидко адаптуватися, знаходити нові ніші, впроваджувати технології зниженої ресурсоемності та проявляти соціальну відповідальність.

З огляду на це, можна зробити висновок, що економічні аспекти виробництва продукції у воєнний час мають подвійний вимір: вони відображають як внутрішні механізми ефективності підприємства, так і його

взаємодію з факторами соціально-економічного середовища. Збереження балансу між собівартістю, ціною і конкурентоспроможністю є стратегічним завданням, яке визначає економічні результати окремих підприємств. Головне, що успішне управління цими аспектами дозволяє підприємствам зберігати власну стійкість, а також робити свій внесок у загальну економічну та соціальну стабільність держави.

Література

1. Вергун В. С., Цвек О. В., Воронко Р. М. Методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції та напрями їх удосконалення, Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки, 2022. № 4 (69) URL: <https://surl.li/tvnnnj> (дата звернення: 20.08.2025).
2. Глушач Д. В., Фальченко Д. В. Методичні аспекти обліку витрат та калькулювання собівартості продукції. *Економіка та суспільство*. 2021. № 29. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/587> (дата звернення: 02.09.2025).
3. Командровська Л. В., Кривицька О. Р., Дудар Т. Г. Взаємозв'язок ціноутворення та конкурентоспроможності підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2024. № 87. URL: https://bses.in.ua/journals/2024/87_2024/6.pdf (дата звернення: 05.09.2025).
4. Ліганенко І. В., Дарушин О.В., Ніколаєв О.І. Особливості ціноутворення на виробничих підприємствах в умовах економічної нестабільності. *Економіка та суспільство*, 2024. № 61 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3795> (дата звернення: 05.09.2025).
5. Міщук В. Ю., Веселовська О. І. (2025). Облік, аналіз і управління витратами підприємства з позиції промислового маркетингу. *Ефективна економіка*, 2025. № 1. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5533> (дата звернення: 06.09.2025).

References

1. Verhun, V.S. Tsvek, O.V. and Voronko, R.M. (2022), “Methods of cost accounting and product costing and directions for their improvement”, *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 4(69), available at: <https://surl.li/tvnnnj> (Accessed August 20, 2025).
2. Hlushchach, D.V. and Falchenko, D.V. (2021), “Methodological aspects of cost accounting and product costing”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 29, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/587> (Accessed September 2, 2025).
3. Komandrovskaya, L.V. Kryvytska, O.R. and Dudar, T.H. (2024), “The relationship between pricing and enterprise competitiveness”, *Prychornomorski ekonomichni studii*, vol. 87, available at: https://bses.in.ua/journals/2024/87_2024/6.pdf (Accessed September 5, 2025).
4. Lihanenko, I.V. Darushyn, O.V. and Nikolaiev, O.I. (2024), “Features of pricing in manufacturing enterprises under economic instability”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 61, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3795> (Accessed September 5, 2025).
5. Mishchuk, V.Yu. and Veselovska, O.I. (2025), “Accounting, analysis and cost management of the enterprise from the standpoint of industrial marketing”, *Efektivna ekonomika*, vol. 1, available at: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5533> (Accessed September 6, 2025).

Стаття надійшла до редакції 10.09.2025 р.