

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет будівництва і архітектури

**ПРОБЛЕМИ ГЕНЕЗИСУ ЕКОНОМІКИ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНОГО  
КАПІТАЛУ**

**Матеріали доповідей  
III Міжнародної науково-практичної конференції  
7-8 листопада 2023 року  
м. Київ**

**У двох частинах  
*Частина II***

**Київ 2023**

Редакційна колегія:

**Лич В.М.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування Київського національного університету будівництва і архітектури;

**Згалат-Лозинська Л.О.** – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування Київського національного університету будівництва і архітектури;

**Іванова Т.М.** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування Київського національного університету будівництва і архітектури.

Відповідальний за випуск Згалат-Лозинська Л.О., доктор економічних наук, доцент

*Рекомендовано до видання оргкомітетом міжнародної науково-практичної конференції, протокол № 2 від 6 грудня 2023 року.*

П78 Проблеми генезису економіки інтелектуально-інноваційного капіталу: матеріали доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 7-8 листопада 2023 року) у 2-х ч. / за заг. ред. В. М. Лича. – Ч. 2. – Київ: КНУБА, 2023. – 235 с.

Викладено матеріали доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми генезису економіки інтелектуально-інноваційного капіталу», розглянуто тенденції сучасного становлення економіки інтелектуально-інноваційного капіталу як нового способу виробництва, що визначається прогресом науки й техніки, розвитком високих технологій та наукомістких виробництв, нові підходи до формування систем менеджменту, маркетингу, оподаткування, інноваційної діяльності, раціональне використання яких у поєднанні з іншими еколого-економічними умовами забезпечує досягнення нової якості економічного розвитку, що ґрунтується на знаннях.

За точність і зміст матеріалів, достовірність і розкриття проблеми відповідальність несуть автори публікацій

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ 4. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ, БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА МАРКЕТИНГ .....</b>	<b>9</b>
Захарченко Петро Володимирович, Скрипник Владислав Леонідович ПОРІВНЯННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ГІПСОВИХ ТА ЦЕМЕНТНИХ НАЛИВНИХ ПІДЛОГ .....	9
Акмен Вікторія Олександрівна, Беспалько Артем Вікторович КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....	14
Алавердян Людмила Миколаївна, Романенко Олеся Валеріївна, Островський Владислав Едуардович ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В ОЦІНЦІ ЗБИТКІВ ДЛЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ .....	17
Бондаренко Олена Олександрівна, Самойленко Антоніна Анатоліївна ВАЖЛИВІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ БУДІВЕЛЬНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ.....	21
Бондарчук Андрій Дмитрович ІДЕНТИФІКАЦІЯ КРУПИ ГРЕЧАНОЇ ЗА МАРКОВАННЯМ .....	26
Браїлко Анна Сергіївна, Галюза Артем Сергійович АНАЛІЗ ВИМОГИ ДО ВИРОБНИЦТВА ТА ОБІГУ МІНЕРАЛЬНИХ ВОД В УКРАЇНІ ТА ЄС .....	31
Булавка Євген Вікторович РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	36
Бурова Софія Юріївна ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ТОРГІВЛІ .....	40
Горзей Мар'яна Андріївна СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ З ДЕРЕВИНИ В УКРАЇНІ .....	44

Живолович Андрій Андрійович ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СКЛАДСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПРОМАВТОМАТИКА» .....	49
Жук Аріна Ігорівна ВИЖИВАННЯ ТА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ ОДЯГУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	53
Крамаренко Олексій Олександрович АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ІНТЕРНЕТ- МАГАЗИНУ «АЛЛО».....	57
Луців Наталія Василівна, Цупріян Мар'ян Володимирович АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ В УКРАЇНІ..	61
Ляліна Наталя Петрівна, Мороз Олег Іванович АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ВИКОРИСТАННЯ КОНОПЛЯНОЇ СИРОВИНИ В БУДІВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	66
Marchenko D. E. INNOVATIVE APPROACH TO THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE RETAIL NETWORK IN MODERN CONDITIONS.....	69
Морозова Дар'я Сергіївна, Швидун Юлія Володимирівна СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ..	73
Неспірний Богдан ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА ....	77
Омельченко Наталія Володимирівна, Моїсєєв Михайло Сергійович АНАЛІЗ РИНКУ ВИТЯЖНОГО ТІСТА ФІЛЛО ДЛЯ ДОМАШНЬОЇ ВИПІЧКИ .....	81
Островський В. Е. ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ОРЕНДНОГО ЖИТЛА В УКРАЇНІ ВНАСЛІДОК РУЙНАЦІЙ ЧЕРЕЗ ВІЙСЬКОВІ ДІЇ .....	87
Павлишин Маріанна Львівна, Стефанишин Анна Василівна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	92

Романенко Олеся Валеріївна, Осадчук Каріна В'ячеславівна АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ БІРЖОВИХ РИНКІВ .....	96
Романенко Олеся Валеріївна,Рокицька Анна Володимирівна ОЦІНКА СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ .....	99
Романенко Олеся Валеріївна,Фатальчук Богдан Сергійович ЦІНОВІ ЗНИЖКИ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ .....	103
Соломка Сергій Вікторович СТРАТЕГІЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ В КОНТЕКСТІ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ .	107
Щербей Ігор Мирославович НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СКЛАДСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПІДПРИЄМСТВА .....	112
Юдічева Ольга Петрівна, Бондар-Підгурська Оксана Василівна ВПЛИВ ЕМОЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО СТАНУ СПОЖИВАЧІВ НА РІШЕННЯ ЩОДО ПОКУПОК: СИТУАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ .....	116
Юдічева Ольга Петрівна, Глебова Алла Олександрівна СПОСОБИ ВПЛИВУ НА ОРГАНИ ЧУТТЯ СПОЖИВАЧА У ВІЗУАЛЬНОМУ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ .....	121
<b>Секція 5. «ПОВОЄННА ВІДБУДОВА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПОТЕНЦІАЛ ТА СТРАТЕГІЯ ПЕРЕТВОРЕНЬ».....</b>	<b>125</b>
Шпакова Ганна Валентинівна, Шпаков Андрій Васильович ПРОБЛЕМАТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ ПЛАНУ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ .	125
Гаврилюк Володимир Якович, Пащенко Максим Михайлович, Бойко Іван Володимирович БУДІВЕЛЬНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ВИКЛИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	129
Дериземля Сергій Сергійович, Огороднік Ірина Владиславівна ФОРМУВАННЯ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ КОМПОЗИЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ЗАХИСТУ ВІД ІОНІЗУЮЧИХ ВИПРОМІНЮВАНЬ .....	132

Запечна Юлія Олександрівна, Костюкевич Євгеній Олександрович, Монюк Богдан Євгенович МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ.....	136
Заяць Галина Сергіївна, Нагорний Вадим Анатолійович УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	138
Максимов Артем Сергійович, Вахович І. В. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ТЕРМОМОДЕРНІЗАЦІЇ.....	142
Рубцова Оксана Сергіївна, Ушацька М.А. АДАПТАЦІЯ ОБЛІКУ ПДВ ДЛЯ ОПЕРАЦІЙ З ПЕРШОГО ПОСТАЧАННЯ ЖИТЛА ДО ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ.....	145
Медведєв Тарас Олександрович КОНСТРУКТИВНІ КОМПОЗИЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ, АРМОВАНІ ФІБРОЮ	148
Подойніцин Сергій Вікторович ПОВОЄННА ВІДБУДОВА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	150
Подкопаєв Данііл Сергійович ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИЦТВА АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	154
Подойніцин Сергій Вікторович ПОВОЄННА ВІДБУДОВА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	158
Рябініна Ю.С. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ДЕВЕЛОПЕРІВ НА РИНКУ ТОРГОВО-ОФІСНОЇ ТА СКЛАДСЬКОЇ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ .....	162
Середюк Катерина Володимирівна ЕКО-ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ ЯК ПЕРСПЕКТИВА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	166

Філіппов О.В., Кирилов І.В. БУДІВЕЛЬНИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ І ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД. ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА НА ПРИКЛАДІ ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА.....	171
Адаменко І. В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ .....	176
Жук Аріна Ігорівна, Назарчук Неля Володимирівна ВИРОБНИЦТВО ТА ВИКОРИСТАННЯ ВИСОКОЕФЕКТИВНИХ СТІНОВИХ МАТЕРІАЛІВ В УМОВАХ ВІЙНИ І ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ .....	180
Колесник Артем РОЛЬ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ В КОНЦЕПЦІЇ ПОВОЄННОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО ПЕРЕХОДУ УКРАЇНИ ДО ВУГЛЕЦЕВОЇ НЕЙТРАЛЬНОСТІ .....	184
Кот Ірина Миколаївна ОЦІНКА МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ УКРАЇНИ 2024 РОКУ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	189
Іваненко Оксана Анатоліївна, Дрозач Максим Іванович ПЕНСІЙНА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕФОРМ .....	193
Резник Дмитро Олександрович РИЗИКИ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ. НЕОБХІДНІСТЬ ВРАХУВАННЯ РИЗИКІВ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ .....	198
Романчук Анастасія Олександрівна ОЦІНКА СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБЛИЦЮВАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ВНУТРІШНЬОГО ОЗДОБЛЕННЯ.....	201
Стадник Артем Едуардович ІННОВАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ОЗДОБЛЕННЯ ПРИМІЩЕНЬ .....	204

Фатальчук Богдан Сергійович ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ БУДІВЕЛЬНОГО СКЛА: ЗНИЖЕННЯ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ .....	208
Завозій Анастасія Юріївна, Грек Дар'я Сергіївна ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	212
Крупка Олександра Валеріївна ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ .....	216
Габренко Марія Анатоліївна ТРАНСФОРМАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	220
Скопенко Віталій Леонідович ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСА В УМОВАХ ВІЙНИ.....	225
Пустова Анастасія Олександрівна МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	229
Чернявський Максим Владиславович ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗРУЙНОВАНИХ МІСТ УКРАЇНИ .....	233



## СЕКЦІЯ 4. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ, БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА МАРКЕТИНГ

УДК 624.154

*Захарченко Петро Володимирович,  
к.т.н., проф., завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в  
будівництві, Київський національний університет будівництва і архітектури  
<https://orcid.org/0000-0001-9172-0941>*

*Скрипник Владислав Леонідович,  
аспірант, Київський національний університет будівництва і архітектури*

### ПОРІВНЯННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ГІПСОВИХ ТА ЦЕМЕНТНИХ НАЛИВНИХ ПІДЛОГ

**Актуальність.** Наливні підлоги вже давно стали невід'ємною частиною сучасного будівництва, поєднуючи в собі практичність, довговічність та естетику. Це покриття, яке отримують шляхом вливання спеціалізованої суміші на підготовлену поверхню. Після висихання ця суміш формує рівний, міцний і довговічний шар, що ідеально підходить для різних умов експлуатації. Основні види наливних підлог:

а) гіпсові: ідеальні для внутрішніх житлових просторів, створюють гладку і рівну поверхню;

б) цементні: відзначаються великою міцністю, роблячи їх найкращими для промислових та комерційних застосувань;

в) полімерні: мають високу стійкість до хімічних речовин, стирання та інших навантажень завдяки синтетичній основі;

г) епоксидні: ідеально підходять для місць з високими механічними навантаженнями і вологістю.

д) поліуретанові: стійкі до ультрафіолетового випромінювання, часто використовуються на вулиці.

**Мета.** Порівняння споживних властивостей гіпсових та цементних наливних підлог.

**Викладення основного матеріалу.** Порівняємо 2 найпопулярніші види наливних підлог (гіпсові та цементні) за споживними властивостями.

**Гіпсові наливні підлоги** – це покриття, яке виготовляється з водної суспензії гіпсу і застосовується для створення рівних, гладких поверхонь у будівлях. Основними їх властивостями є:

**Екологічність:** гіпс є природнім матеріалом, який не містить шкідливих

речовин, тому гіпсові підлоги є екологічно безпечними та дружніми до навколишнього середовища.

*Швидкість встановлення:* однією з основних переваг гіпсових підлог є швидкість їх встановлення. Після наливу вони можуть висихати вже протягом кількох годин.

*Тепло- і звукоізоляційні властивості:* гіпсові підлоги володіють відмінними тепло- та звукоізоляційними властивостями, що робить їх відмінним вибором для житлових і комерційних приміщень.

*Декоративні можливості:* завдяки різним добавкам і покриттям, гіпсові підлоги можуть імітувати різні матеріали, наприклад, камінь або дерево, і мати різні текстури та кольори.

*Взаємодія з підігрівом:* гіпсові підлоги часто використовуються разом з системами підігріву завдяки їх відмінним теплопровідним властивостям.

*Довговічність:* якщо правильно встановити і добре доглядати, то гіпсові підлоги можуть служити довго, забезпечуючи надійне покриття для приміщення.

*Міцність:* при відповідному зміцненні гіпсові підлоги можуть витримувати значні навантаження; це робить їх придатними для комерційних просторів.

*Підготовка основи:* для гарантії довговічності та міцності гіпсового покриття важливо забезпечити якісну підготовку основи, включаючи очищення, ґрунтовку та інші етапи підготовки.

*Догляд:* Хоча гіпсові підлоги і відносно легкі у догляді, вони можуть потребувати захисних покриттів або спеціальних засобів для чищення.

**Цементні наливні підлоги** – це покриття, яке виготовляється на основі цементу, води та інших добавок. Вони використовуються для створення міцних, довговічних та рівних поверхонь. Їм притаманні наступні властивості:

*Міцність:* одна з основних переваг цементних підлог – це їх велика міцність та здатність витримувати великі навантаження, що робить їх ідеальними для промислових та комерційних просторів.

*Довговічність:* цементні наливні підлоги служать довго, особливо коли їх правильно встановлено та за ними добре доглядають.

*Водостійкість:* цемент є водонепроникним матеріалом, тому цементні наливні підлоги відмінно підходять для місць з високою вологістю.

*Швидкість встановлення:* хоча вони можуть потребувати більше часу на висихання порівняно з гіпсовими, вони все одно швидко встановлюються, особливо з використанням сучасних технологій.

*Взаємодія з підігрівом:* як і гіпсові підлоги, цементні наливні підлоги

можуть бути використані разом з системами підігріву.

*Декоративні можливості:* завдяки різним покриттям і технікам фінішування, цементні підлоги можуть мати різноманітний вигляд, від промислового до елегантного.

*Підготовка основи:* підготовка основи є ключовим етапом у встановленні цементних підлог, що забезпечує правильне зчеплення та довговічність покриття.

*Термічна стабільність:* цементні підлоги відзначаються хорошою термічною стабільністю, що робить їх відмінним вибором для місць з коливаннями температур.

*Догляд:* Цементні наливні підлоги вимагають регулярного догляду та очищення для забезпечення їх зовнішнього вигляду та продовження терміну служби.

Результати порівняння споживчих властивостей гіпсових та цементних наливних підлог:

***Базовий матеріал:***

Гіпсові: Основа – гіпс.

Цементні: Основа – цемент.

***Міцність:***

Гіпсові: Зазвичай менш міцні за цементні, але достатньо міцні для житлових приміщень.

Цементні: Відзначаються високою міцністю, ідеальні для промислових і комерційних застосувань.

***Водостійкість:***

Гіпсові: Менш водостійкі за цементні.

Цементні: Мають високу водонепроникність.

***Швидкість встановлення:***

Гіпсові: Висихають досить швидко, часто за кілька годин.

Цементні: Можуть потребувати більше часу на висихання порівняно з гіпсовими.

***Тепло- і звукоізоляція:***

Гіпсові: Відмінні тепло- та звукоізоляційні властивості.

Цементні: Хороша теплоізоляція, але може не бути такою ефективною в звукоізоляції, як гіпсові.

***Декоративні можливості:***

Гіпсові: Можуть імітувати різні матеріали та мати різні текстури.

Цементні: Мають широкий діапазон декоративних можливостей, включаючи кольорові пігменти, шліфування, гравірування тощо.

***Підготовка основи:***

Гіпсові: Вимагають якісної підготовки основи для довговічності.

Цементні: Також вимагають підготовки, зокрема для забезпечення правильного зчеплення.

***Догляд:***

Гіпсові: Відносно легкі у догляді, але можуть потребувати захисних покриттів.

Цементні: Вимагають регулярного догляду та очищення.

***Термічна стабільність:***

Гіпсові: Добра, але може бути менш стійкою до великих температурних коливань.

Цементні: Відзначаються високою термічною стабільністю.

***Екологічність:***

Гіпсові: Екологічно безпечні, не містять шкідливих речовин.

Цементні: Також вважаються екологічно безпечними

**Висновки.** Гіпсові та цементні наливні підлоги представляють два різних підходи до створення наливних покриттів. Обидва матеріали мають свої унікальні характеристики, які роблять їх підходящими для різних застосувань.

Гіпсові наливні підлоги, зокрема, зазвичай використовуються у внутрішніх житлових приміщеннях. Вони відзначаються швидкістю встановлення, екологічністю та відмінними тепло- та звукоізоляційними властивостями. Вони також здатні імітувати різні матеріали, надаючи декоративного вигляду простору.

Цементні наливні підлоги, з іншого боку, набагато міцніші та більш водостійкі. Це робить їх відмінним вибором для промислових і комерційних приміщень, де очікується велике навантаження на підлогу. Цементні підлоги також мають гнучкі декоративні можливості, хоча вони можуть вимагати трохи більше часу на встановлення порівняно з гіпсовими.

У цілому, вибір між гіпсовими та цементними наливними підлогами повинен ґрунтуватися на конкретних потребах проекту, бюджеті, а також очікуваному терміні служби підлоги. Обидва варіанти мають свої переваги, і важливо обрати той, який найкраще відповідає конкретним вимогам.

***Список використаних джерел:***

1. *Ефективні гіпсові матеріали: монографія / Дворкін Л. Й., Гавриш О. М., Безусяк О. В. та інші; за ред. Л. Й. Дворкіна. Київ : Павленко, 2013. 239 с.*

2. Сучасні композиційні будівельно-оздоблювальні матеріали: підручник / П. В. Захарченко, Е. М. Долгий, Ю. О. Галаган та інші. Київ: КНУБА, 2005. 512 с.

3. Максименко А. А. Сухі будівельні суміші для підлог на основі магнезійних композицій. дис. канд. наук., Придніпр. держ. акад. буд-ва та архіт, Дніпро, Україна, 2013.

4. Підлоги у сучасному будівництві: наукове видання. Карапузов Є. К., Соха В. Г., Ушеров-Маршак О. В. та інші. Київ: Вища освіта, 2012. 232 с.

*Акмен Вікторія Олександрівна*

*к.т.н., доцент, Державний біотехнологічний університет*

<https://orcid.org/0000-0001-5938-6161>

*Якиміва Ельвіра Ігорівна*

*магістр, Державний біотехнологічний університет*

*Беспалько Артем Вікторович*

*магістр, Державний біотехнологічний університет*

## **КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Актуальність.** В умовах постійних змін на ринку та у вподобаннях споживачів, діяльність підприємств готельно-ресторанної справи, сфери торгівлі та виробництва тощо неможлива без знання особливостей кон'юнктури ринку, сучасного законодавства та аналізу наслідків можливої взаємодії об'єкту бізнесу з оточуючим соціальним та природним середовищем. При цьому залишається проблема пошуку сучасних методів розвитку бізнесу, постійного моніторингу ринку при залученні професійних фахівців з додатковими знаннями.

**Мета.** Вивчення сучасних концепцій розвитку бізнесу, які має враховувати фахівець з готельно-ресторанної справи, при аналізі доцільності проектування закладів в обраній місцевості.

**Викладення основного матеріалу.** На сьогоднішній день, у готельно-ресторанній справі, одним із основних методів аналізу ринку є сегментація та оцінка виділених сегментів, що дозволяє визначити цільових споживачів, які потенційно мають стати постійними гостями готельно-ресторанних комплексів чи інших об'єктів бізнесу і на які слід орієнтувати роботу підприємства. Ринкова сегментація є ефективним інструментом маркетингу, надає можливість практичного аналізу об'єкта дослідження та сприяє комерційному успіху підприємства. Але серед умов досягнення комерційного успіху є необхідність врахування послідовності дій та намірів з можливостями обережного природокористування. Це набуло особливостей та сприяло запровадженню нових підходів, розробка та застосування яких стає необхідністю в умовах, коли концепція сталого розвитку активно втілюється у всі сфери бізнесу і життєдіяльності людини. Адже саме прогрес у всіх галузях, надмірне застосування природних багатств сприяв виникненню та запровадженню концепції сталого розвитку [1].

У минулому не було загальної основи поєднання охорони навколишнього середовища з проблемами наближеними до споживача (місцем проживання, споживання їжі, відпочинку і економічного статку [2]. Загальна невизначеність людства та відсутність дбайливого відношення до навколишнього світу породила два напрямки: представники одного із них виступали за обережність та помірність в експлуатації природних ресурсів, а інший вважав, що економічні зусилля мають бути абсолютними, не прив'язуючи витрати до екологічних втрат. Світові дискусії з економіки та розвитку у 1980-х роках минулого століття і призвели до створення концепцій сталого розвитку, теоретичні та практичні аспекти якої мали привести до встановлення балансу між двома напрямками. Так, наприклад, інструменти управління навколишнім середовищем, закладені у концепції, мали гармонізувати баланс між витратами і вигодами (СВА) не тільки підприємців, які прагнули побудувати готельно-ресторанні комплекси, бази відпочинку або торговельні центри серед природного ландшафту долин, серед дерев у лісних масивах, на мальовничому острові тощо, а й започаткували ідею ідеальної взаємодії між розвитком бізнесу та навколишнім середовищем. Початкові зусилля і методи не були переконливими і їх застосування обмежувалося, оскільки унеможлиблювалося виконання завдання через обмеження у визначенні відповідної ринкової вартості знешкоджених природних ресурсів та введення в оману сторін, що брали участь з екологічного захисту.

Пізніше почали використовуватись наукові принципи. Було розроблено низку методів оцінки та аналізу матеріальних потоків, життєвого циклу готельно-ресторанних комплексів чи інших бізнес-забудівель, які мають бути підставою для прийняття багатокритеріальних рішень з оцінка впливу на навколишнє середовище тощо. Метод LCA став найбільш надійним, застосовуваним і ефективним методом для вивчення впливу на екологічні показники, які вивчаються паралельно з проектуванням майбутніх будівель. Метод аналізує всі етапи розвитку, основного життєвого циклу готельно-ресторанного комплексу, прораховує наслідки від невдач у бізнесі, стихійних лих та наслідки від поступового амортизаційного зносу конструкцій. На кожному етапі задіюються технічні, людські та економічні ресурси, які становлять взаємодію і чинять певні впливи на природокористування.

Вплив цих екологічних небезпек особливо помітний у Європі та інших густонаселених куточках та регіонах світу, де втручання людини в екологічну складову почало перетинати межу та становити небезпеку та загрозу

планетарного масштабу.

Важливо відзначити, що застосування екологічних ресурсів для комерційних та підприємницьких ідей може мати і негативні соціальні наслідки. Так, при зміні домінування земель для сільського господарства спостерігається переміщенням сільських поселень, що може спричинити міграцію та порушення екосистем, що знаходяться під загрозою зникнення. Тому активісти екологічної справедливості, на сьогодні, часто займають агресивну позицію щодо питання експлуатації еко-об'єктів.

**Висновки.** Таким чином серед сучасних аспектів і напрямків розвитку стратегій бізнесу, при проектуванні будівель готелів, ресторанів, торговельних центрів тощо підприємець має усвідомлювати основні засади концепції сталого розвитку, які регламентують необхідність дбайливого відношення до природничої та соціальної складової в обраній місцевості.

#### ***Список використаних джерел***

1. Вальд Б. *Сталий розвиток: що це, чому це важливо та до чого тут Україна.* URL: <http://surl.li/ocnwk> (дата звернення 10.09.2023).
2. [Obiora B. Ezeudu, Jonah C. Agunwamba, Ikenna C. Ezeasor, Christian N. Madu.](#) *Sustainable Production and Consumption of Paper and Paper Products in Nigeria: A Review.* *Resources* 2019. 8 (1). P. 53. URL: <https://doi.org/10.3390/resources8010053> (дата звернення 10.09.2023).



*Алавердян Людмила Миколаївна,  
к.е.н., доцент, Київський національний університет будівництва і архітектури,  
<https://orcid.org/0000-0001-9730-1704>*

*Романенко Олеся Валеріївна,  
к.е.н., доцент, Київський національний університет будівництва і архітектури,  
<https://orcid.org/0000-0001-5684-6791>*

*Островський Владислав Едуардович  
аспірант, Київський національний університет будівництва і архітектури,  
<https://orcid.org/0000-0001-9730-1704>*

## **ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В ОЦІНЦІ ЗБИТКІВ ДЛЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ**

**Актуальність.** Завдані Україні збитки внаслідок воєнних реалій, Світовий банк оцінив в 135 млрд. доларів, а потреба у відбудові перевищує 411 млрд. доларів [1]. Руйнування житла становить 37% від загального обсягу втрат. З 1,4 млн одиниць пошкодженого житла третина знищена повністю. Його відновлення передбачає відбудову зруйнованих будівель та інфраструктури за рахунок існуючих фінансових механізмів підтримки громад.

**Мета.** Дослідити існуючі цифрові інструменти для оцінки збитків в повоєнному відновленні України, визначити фінансові механізми підтримки.

**Викладення основного матеріалу.** Досвід України у війні проти росії, свідчить про те, що наша країна вже використовує передовий досвід електронних інструментів: починаючи від допомоги постраждалим через додаток «Дія» та закінчуючи цифровими рішеннями для оцінки збитків, завданих війною інфраструктурі та майну населення.

Проект Damaged.in.ua (“РосіяЗаплатить”) вже тривалий час займається оцифровкою зображень з супутників та дронів, аби розпізнавати пошкодження, оцінювати збитки та планувати проєкти відбудови. Також з’являються приватні-волонтерські ініціативи для оцінки збитків, які використовують елементи супутникових знімків і технологій машинного навчання [2]. Це досить нова галузь в цифровому світі [3], яка дозволяє краще прогнозувати, планувати, реагувати та оцінювати руйнації внаслідок не лише стихійних лих, але й військових дій.

Нові технології, які можуть аналізувати величезні обсяги даних, є дуже перспективними інструментами, які можуть допомогти лідерам спільнот та менеджерам з надзвичайних ситуацій приймати більш обґрунтовані рішення. Технології, що розроблені в галузі машинного навчання доповнюють та покращують існуючі програми реагування на наслідки руйнації через озброєну агресію росії, оскільки можуть допомогти особам, які приймають рішення, точніше відповісти на такі нагальні питання, як: коли станеться катастрофа? Наскільки це буде руйнівним? Які райони постраждають найсильніше і скільки людей живуть і працюють у цих районах? Які будівлі будуть найбільш уразливими? Чи будуть відключення електроенергії, і якщо так, то де тощо.

На сьогодні, в Україні ключовими цифровими інструментами відновлення є реєстр пошкодженого і знищеного майна (РПЗМ), галузева система управління відновленням інфраструктури (галузева система) та геоінформаційна система (ГІС).

РПЗМ є джерелом достовірних та верифікованих даних про матеріальні збитки. Ці дані використовуються для програм компенсації за пошкоджене житло, зокрема "єВідновлення", розрахунку потреб у відбудові та репарацій. Реєстр активно наповнюється безпосередньо громадами [4].

З листопада 2022 року працює галузева система, яка є "єдиним вікном" для внесення даних про проекти відновлення. Представниками місцевої влади вже внесено в неї понад 5 тис проектів, деякі з яких вже реалізуються, зокрема, профінансовані Європейським інвестиційним банком. У травні пілотний проект масштабували на всю країну.

Система ГІС дозволяє відобразити реальну ситуацію з руйнуваннями, потребами у відновленні та можливостями розвитку з використанням геопросторових даних. Вона має три блоки: збір інформації про громади, планування відбудови, оцінка діяльності на національному, регіональному та місцевому рівнях.

На інтерактивній мапі можливим стає перегляд обсягів та розташування зруйнованого майна, громад з обмеженим доступом до медичних чи освітніх послуг, змін чисельності населення в різних регіонах під час війни, а головним є те, що ГІС дозволить оцінювати потреби громад у відновленні і контролювати виконання планів відновлення та комплексних програм розвитку, що стануть основою для оновленої державної стратегії регіонального розвитку. Окремі шари ГІС уже працюють.

РПЗМ, галузева система та ГІС є складовими державної цифрової екосистеми DREAM – основи для масштабної відбудови громад і регіонів. DREAM забезпечує цифровий маршрут для кожного проєкту відбудови, надає можливості для управління і контролю на всіх етапах. Ця система побудована за принципом "усі бачать все" і покриває всі етапи відбудови, а також дозволяє керувати інвестиціями в розвиток та модернізацію.

Основними фінансовими механізмами відновлення руйнацій владою на сьогодні є фінансування не лише з місцевих бюджетів, а й з міжнародних фондів. Через те, що не всі громади мають таку спроможність та експертизу, держава пропонує фінансування з Фонду ліквідації наслідків збройної агресії (Фонд ліквідації) та Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР).

У Фонді ліквідації акумульовані 28,5 млрд грн заарештованих російських активів і 35,9 млрд грн прибутку Національного банку України за 2022 рік [1]. При цьому ключовою умовою розробки механізму фінансування за кошти фонду була можливість для громад подавати всі проєкти, які вони вважають першочерговими для реалізації.

В затвердженому механізмі проєкти громад акумулюються на рівні обласних адміністрацій, але подаються на розгляд Міжвідомчої комісії під головуванням віце-прем'єр-міністра з відновлення, що збільшує шанс отримати фінансування проєктів, якщо вони відповідають головному спрямуванню: критичне відновлення та забезпечення базових послуг у громадах.

**Висновки.** Використання цифрових інструментів при оцінці збитків, отриманих внаслідок воєнних дій, розробка фінансових механізмів й удосконалення існуючих є важливим напрямом роботи не тільки органів влади, але й громад, які мають опанувати цифровізацією для посилення їх власних спроможностей, а це, в свою чергу, призведе до підвищення ефективності комунікацій з потенційними донорами, впровадження антикорупційної політики та покращення процесу прийняття рішень органами влади у критичні часи, адже в автоматичному режимі можливим стає визначення показників рівня потреб, охоплення; невідкладності потреби; додаткового впливу (підвищення якості довкілля, енергоефективність, інклюзивність, створення робочих місць тощо).

### *Список використаних джерел*

*1. Експертиза, гроші та цифрові рішення: інструменти відновлення громад в умовах війни / Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/05/22/700299/>*

2. *AI GIS платформа для автоматичного дистанційного зондування за допомогою супутників і дронів.* URL: <https://www.uadamage.com/>

3. *Why Machine Learning Is Critical / Scientific american.* URL: <https://blogs.scientificamerican.com/observations/why-machine-learning-is-critical-for-disaster-response/>

4. *Дайджест відновлення України №61 / Офіс реформ КМУ.* URL: [https://rdo.in.ua/sites/default/files/pdf/digest61\\_ukr\\_1.pdf](https://rdo.in.ua/sites/default/files/pdf/digest61_ukr_1.pdf)

**Бондаренко Олена Олександрівна**

*бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Науковий керівник: Захарченко Петро Володимирович*

*к.т.н., проф., завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в*

*будівництві КНУБА*

*h*

**Самойленко Антоніна Анатоліївна**

*к.т.н., доц., професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в*

*будівництві КНУБА*

*h*

*i*

*t*

## **ВАЖЛИВІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

### **БУДІВЕЛЬНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ**

**Актуальність.** Маркетингові дослідження на будівельному ринку в Україні набувають особливої важливості в умовах воєнного стану. Ось декілька моментів, які обґрунтовують їх актуальність:

а) збільшення ризиків та нестабільність: Воєнний стан призводить до збільшення ризиків і нестабільності на будівельному ринку. Ризики пов'язані з зниженням попиту, можливим зниженням цін на нерухомість та відбудовою об'єктів на звільнених територіях. Маркетингові дослідження допомагають підприємствам адаптуватися до нових ринкових умов та розробляти стратегії зменшення ризиків;

б) аналіз зміни попиту: Воєнний конфлікт може суттєво змінити попит на різні види нерухомості. Наприклад, може збільшитися попит на об'єкти для військових потреб або зменшитися попит на комерційну нерухомість через економічну нестабільність. Маркетингові дослідження допомагають визначити нові можливості та змінити стратегію маркетингу відповідно [1];

в) оцінка конкуренції: В умовах воєнного стану може змінюватися конкурентна ситуація на ринку. Деякі конкуренти можуть зникнути, а інші можуть з'явитися. Маркетингові дослідження дозволяють визначити нових конкурентів, їхні стратегії та конкурентні переваги;

г) створення спеціалізованих рішень: Воєнний стан може потребувати спеціалізованих рішень у будівництві, таких як захист від вибухів, підвищена безпека та інші аспекти. Маркетингові дослідження допомагають виробникам та розробникам адаптуватися до нових вимог і запитів ринку;

д) пошук нових ринків: В умовах воєнного конфлікту може змінюватися географія попиту. Маркетингові дослідження допомагають визначити нові ринки і можливості для розширення бізнесу;

е) забезпечення стійкості бізнесу: Маркетингові дослідження дозволяють підприємствам бути більш гнучкими та адаптованими до змін в умовах воєнного стану. Це допомагає забезпечити стійкість бізнесу і зберегти його прибутковість навіть в складних умовах.

є) збільшення ефективності маркетингу: Маркетинг в умовах воєнного конфлікту може бути більш вимогливим та конкурентним. Маркетингові дослідження допомагають підприємствам зрозуміти, як краще спрямовувати свої маркетингові ресурси, як розвивати ефективні стратегії продажу та залучення клієнтів;

ж) оцінка впливу політичних рішень: Воєнний стан часто супроводжується політичними рішеннями та регулюваннями, які можуть впливати на будівельний ринок. Маркетингові дослідження дозволяють аналізувати ці впливи та розробляти стратегії відповідно до них [2];

з) збільшення довіри споживачів: В умовах нестабільності та неспокою споживачі шукають надійних постачальників та партнерів. Маркетингові дослідження допомагають підприємствам розвивати стратегії, які сприяють збільшенню довіри споживачів та партнерів.

и) підтримка прийняття рішень: Умови воєнного конфлікту можуть бути надзвичайно складними. Маркетингові дослідження надають підприємствам об'єктивні дані та інформацію для прийняття обґрунтованих рішень щодо стратегії та розвитку бізнесу;

і) підвищення конкурентоспроможності: Маркетингові дослідження допомагають підприємствам бути більш інноваційними та адаптованими до нових умов. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності і довгостроковому успіху на ринку;

й) планування ресурсів: Маркетингові дослідження на будівельному ринку в умовах воєнного стану допомагають підприємствам краще планувати використання своїх ресурсів. Вони дозволяють визначити, які будівельні проекти є більш пріоритетними та як краще розподілити бюджет і персонал для досягнення максимальної ефективності.

к) моніторинг та аналіз динаміки ринку: Ситуація на будівельному ринку в умовах воєнного стану може змінюватися дуже швидко. Маркетингові дослідження дозволяють підприємствам проводити постійний моніторинг

ринкової динаміки і реагувати на зміни вчасно. Аналіз таких даних допомагає підприємствам уникнути непередбачених проблем і зберегти свою конкурентоспроможність [3];

л) співпраця зі стейкхолдерами: Маркетингові дослідження можуть бути важливим інструментом для співпраці зі стейкхолдерами, такими як державні органи, місцева влада, громадські організації та інші. Вони надають об'єктивні дані для обговорення і прийняття спільних рішень щодо розвитку будівельного сектору в умовах кризи.

м) розвиток нових продуктів та послуг: Маркетингові дослідження можуть виявити нові можливості для розробки спеціалізованих продуктів та послуг, які відповідають потребам ринку в умовах воєнного конфлікту. Це може включати в себе розробку безпечних будівельних матеріалів, об'єктів інфраструктури або житлових комплексів з підвищеною безпекою [4];

**Мета.** Дослідити важливість маркетингових досліджень будівельного ринку в умовах воєнного стану в Україні.

**Викладення основного матеріалу.** Залучення міжнародного фінансування має велике значення в умовах воєнного стану в Україні, оскільки це може допомогти країні забезпечити фінансові ресурси для подолання наслідків конфлікту і відновлення економіки. Воєнний конфлікт призводить до великих фінансових втрат для України. Залучення міжнародного фінансування допоможе заповнити цю фінансову прогалину та забезпечити необхідні ресурси для реагування на кризу та відновлення. Україна може отримати фінансову підтримку від міжнародних організацій, таких як Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) та інших. Ці організації можуть надавати кредити, гранти і технічну допомогу для підтримки реформ і відновлення. Україна може привабити іноземних інвесторів, сприяючи покращенню інвестиційного клімату, зниженню ризиків та забезпеченню правової стабільності. Уряд України може спільно з міжнародними партнерами розробити проекти відновлення і розвитку, які будуть привабливими для інвесторів та фінансових установ. Залучення міжнародного фінансування також вимагає розробки стратегії економічного відновлення, яка враховує потреби країни після воєнного конфлікту. Міжнародне фінансування може бути спрямоване на забезпечення гуманітарної допомоги, медичної допомоги та інших необхідних ресурсів для населення, яке постраждало від воєнного конфлікту. Залучення міжнародного фінансування може відігравати ключову роль у відновленні та стабілізації ситуації в Україні після воєнного конфлікту.

Однак важливо також забезпечити ефективне використання цих ресурсів та моніторинг їхнього впливу на економіку та суспільство.

Публічно-приватне партнерство (ППП) є стратегічним співробітництвом між державним сектором (публічним сектором) і приватним сектором для спільного вирішення конкретних завдань, проектів або послуг.

Публічно-приватне партнерство дозволяє залучити приватний капітал для фінансування проектів відновлення та розвитку після воєнного конфлікту. Приватні інвестори можуть вкладати гроші у проекти, які мають потенціал для прибутковості та соціальної користі. Приватний сектор може принести у партнерство не тільки фінанси, але й технологічні знання та інновації, які допоможуть ефективно виконувати проекти і вдосконалювати господарську інфраструктуру. PPP дозволяє поділити ризики між державою та приватними партнерами. Це може зменшити фінансові навантаження на державний бюджет і створити більш сприятливі умови для інвестицій. Укладання контрактів та управління проектами в рамках PPP можуть сприяти більшій ефективності використання ресурсів і забезпечити більшу транспарентність в управлінні публічними коштами. PPP може бути використане для вдосконалення інфраструктури, включаючи будівництво або відновлення доріг, аеропортів, шкіл та інших об'єктів, які мають стратегічне значення для країни. Партнерство з приватним сектором також може сприяти розвитку програм соціальної відповідальності бізнесу, що сприяють соціальному розвитку та підтримці вразливих груп населення.

Публічно-приватне партнерство є ефективним інструментом для залучення фінансових, технологічних та інших ресурсів для реалізації важливих проектів та програм у важких умовах, таких як воєнний стан. Проте важливо вірно структурувати та контролювати такі партнерства, щоб забезпечити їхню ефективність та відповідність стратегічним цілям країни.

Постачання будівельної продукції, яка є в недостатньому обсязі в Україні, може бути важливим завданням в умовах воєнного стану або будь-якій іншій кризовій ситуації.

Першим кроком є аналіз поточних потреб у будівельних матеріалах та обладнанні. Це допоможе визначити, які товари або послуги є в недостатньому обсязі і вимагають невідкладного постачання. Уряд України може розглядати можливості для співпраці з міжнародними партнерами, включаючи іноземних виробників та постачальників. Міжнародне співробітництво може допомогти отримати доступ до продукції, яка може бути складною для виробництва в нашій



країні. Уряд може активно працювати над залученням інвестицій для розвитку власних виробничих потужностей для будівельних матеріалів та обладнання, що відсутні в достатній кількості.

Також уряд може розглядати можливість створення стратегічних резервів будівельних матеріалів і обладнання для надзвичайних ситуацій та кризових ситуацій. Вже існуючі компанії в Україні або приватні підприємства можуть бути залучені до співпраці з державним сектором через публічно-приватне партнерство. Це може допомогти вирішити проблему недостатнього обсягу продукції шляхом об'єднання зусиль та ресурсів. Держава може розглядати можливість введення регуляторних заходів для підтримки постачання будівельних матеріалів і обладнання. Контроль якості і цінової політики можуть забезпечити справедливі умови для споживачів.

**Висновки.** Забезпечення належного постачання будівельної продукції в умовах недостатнього обсягу є важливою задачею для відновлення і розвитку країни після воєнного конфлікту. Це може вимагати комплексного підходу, співпраці різних сторін, інвестицій та стратегічного управління.

Усі ці тези підкреслюють важливість маркетингових досліджень на будівельному ринку в умовах воєнного стану. Ці дослідження допомагають бізнесам адаптуватися до надзвичайних обставин, зберігати стійкість та знаходити нові можливості для розвитку, незважаючи на складності на ринку.

#### ***Список використаних джерел:***

1. *Тенденції будівельного ринку під час війни.*  
URL: <https://aimarketing.info/uk/blog/business-analytics/tendentsiyi-budievlnoho-rynku-pid-chas-viiny> (дата звернення: 11.10.2023 р.)

2. *Бойчук І. Зміни маркетингового середовища функціонування підприємств на B2B ринку.* URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-312-61-12.pdf> (дата звернення: 11.10.2023 р.)

3. *Аналіз актуального стану та пропозиції щодо покращення умов для підприємництва в Україні.* URL: <https://careerhub.in.ua/doslidzhennya-analiz-aktualnogo-stan/> (дата звернення: 11.10.2023 р.)

4. *Маркетинговий інструментарій формування попиту на товари та послуги на ринках України.* URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/60827739.pdf> (дата звернення: 11.10.2023 р.).

*Бондарчук Андрій Дмитрович*

*бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Науковий керівник: Юдічева О. П.,*

*к.т.н., доц., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в*

*будівництві,*

*Київський національний університет будівництва і архітектури*

## **ІДЕНТИФІКАЦІЯ КРУПИ ГРЕЧАНОЇ ЗА МАРКОВАННЯМ**

**Актуальність.** Ідентифікація харчових продуктів в Україні – це процес встановлення походження, якості, безпечності та відповідності стандартам продуктів харчування, що реалізуються на ринку. Це важлива процедура для захисту прав споживачів, моніторингу якості харчових продуктів, виявлення фальсифікації Одним із важливих етапів є ідентифікація за маркуванням, тобто повна перевірка нанесеного на харчовий продукт маркування, включаючи інформацію щодо складу, дати виготовлення та терміну придатності, виробника, країни походження та сертифікації за якістю. Маркування повинно відповідати вимогам законодавства та бути зрозумілим для споживача.

**Мета.** Провести ідентифікацію зразка крупи гречаної за маркуванням.

**Викладення основного матеріалу.** Дослідний зразок розфасовано в споживче пакування, виготовлене з полімерного матеріалу, який забезпечує захист від вологи та забруднень. Упаковка герметично запаяна у верхній, нижній та бічній частині. Пачка має прямокутну форму розмірами 21x15x4 см. Упаковка яскравого фіолетового кольору та привабливого дизайну, що включає в себе логотип виробника, назву продукту та інформацію про нього (рис. 1). У верхній (лівій) частині лицевої частини упаковки знаходиться овал темно-фіолетового кольору, всередині якого великими білими літерами зазначено торгову марку виробника «ПОВНА ЧАША». Нижче наведено назву харчового продукту «КРУПА ГРЕЧАНА», ще нижче зазначено вид продукту – ядриця швидкорозварювана та гатунок за якістю – перший.

За ДСТУ 7697:2015 [1] ядриця – це цілі та надколоті ядра гречки, що не проходять крізь сито з отворами розміром 1,6x20 мм. Ядриця швидкорозварювана виробляються з пропареного зерна шляхом відділення ядра від плодових оболонок.



Рис. 1. Фотографічне зображення лицьової частини упаковки дослідного зразка крупи гречаної

По середині упаковки наведено інформацію щодо маси нетто – 1 кг ( kg ). На лицевій частині пакування є малюнок, який простягається з правої верхньої частини до середини упаковки. На малюнку зображено 5 великих крупинок гречки коричневого та темно-коричневого кольору (рис. 1).

Посередині лицьової сторони пакування схематично зазначено інформацію щодо енергетичної та харчової цінності крупи ( на 100 г/г продукту ) (рис. 2).

енергетична цінність 1285,2 кДж (kJ) 306 ккал (kcal) 15 %	жири 3,3 г (g) 5 %	насичені жири 0,6 г (g) 3 %	цукри 1,4 г (g) 7 %	сіль 0 г (g) 0 %
--	--------------------------	-----------------------------------	---------------------------	------------------------

Рис. 2. Фотографічне зображення схематичного подання інформації щодо енергетичної та харчової цінності крупи

У нижній частині пакування є спеціальне «віконце», тобто не зафарбована ділянка у формі прямокутника, для того, щоб можна було побачити гречану крупу та пересвідчитись чи дійсно це той товар, який потрібен і звернути увагу на її органолептичні показники – зовнішній вигляд, форму, колір, наявність сторонніх домішок ( рис. 3).



Рис. 3. Фотографічне зображення «віконця», для ознайомлення з вмістом упаковки

У верхній ( лівій ) частині зворотної сторони упаковки чорними маленькими літерами написано – Вироблено для продажу в мережах «СІЛЬПО», «ФОРА», «ФОЗЗІ» та «ТРАШ». Нижче зазначена інформація: умови зберігання, рекомендації щодо приготування, країни походження сировини, вироблено на замовлення та пакувальник (рис. 4).

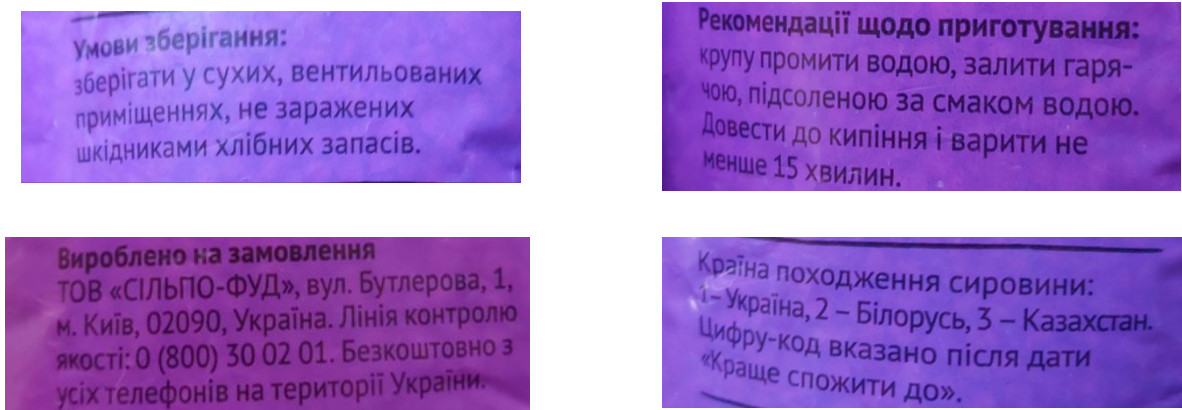


Рис. 4. Фотографічне зображення інформації, нанесеної на зворотній частині пакування

У нижній (лівій) частині пакування також знаходиться штрих-код ( рис. 5).



Рис. 5. Фотографічне зображення штрих-коду на пакуванні дослідного зразка

Перші три цифри штрих-коду означають країну походження (482) – Україна, наступні чотири цифри (3096) – код виробника, наступні п'ять (41204) – код товару, і остання цифра (7) – це контрольна цифра.

Збоку від штрих-коду знаходиться позначка, яка характеризує полімерний матеріал, з якого виготовлено споживче пакування (рис. 6).



Рис. 6. Позначка матеріалу, з якого виготовлено споживче пакування

Р

Р

– поліетилен. Це досить стійкий і щільний пластик, який можна використовувати декілька разів.

Нижче штрих-коду та інформації про матеріал споживчого пакування знаходиться інформація про пакувальника та адресу потужностей пакувальника У верхній (правій) частині розписана інформація про склад продукту

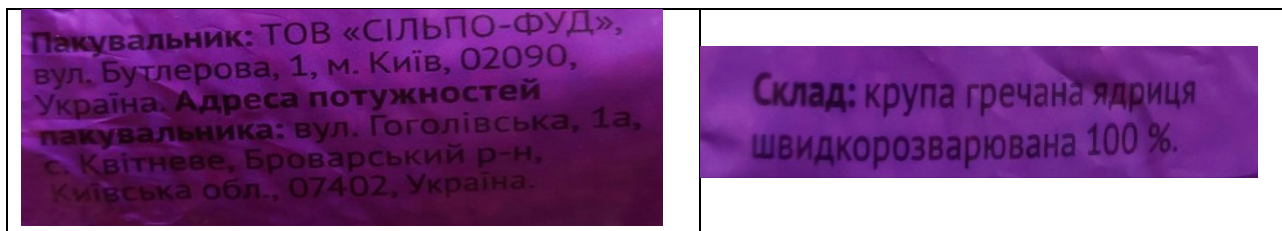


Рис.7. Фотографічне зображення інформації про дослідний зразок, яка наведена під штрих-кодом

Після цієї інформації наведено таблицю (рис. 8), яка складається з трьох колонок.

Поживна цінність на 100 г (g) продукту:		РВС*
ЕЦ**	1285,2 кДж (kJ) / 306 ккал (kcal)	8400 кДж (kJ) / 2000 ккал (kcal)
жири	3,3 г (g)	70 г (g)
з них насичені жири	0,6 г (g)	20 г (g)
вуглеводи	57,1 г (g)	260 г (g)
з них цукри	1,4 г (g)	90 г (g)
білки	12,6 г (g)	50 г (g)
сіль	0 г (g)	6 г (g)

Рис. 8. Фотографічне зображення подання інформації про енергетичну та поживну цінність на зворотній стороні пакування дослідного зразка

Рис. 8 містить інформацію про енергетичну (ЕЦ) та поживну цінність крупи гречаної на 100 г (g) та РВС – середні референсні величини добового споживання для осіб старше 18 років. Під таблицею (рис. 9) наведено уточнену інформацію щодо даних колонок – величини добового споживання та енергетичної цінності. Також зазначено інформацію про ТУ У, відповідно до яких крупу гречану було запаковано; масу нетто та допустиме відхилення від маси нетто [2] Знизу в нижній (правій) частині пакування на зворотному боці зазначена інформація: «Краще спожити до: 07.11.2024», «1 – країна походження сировини (Україна)», «Номер партії 250823460».

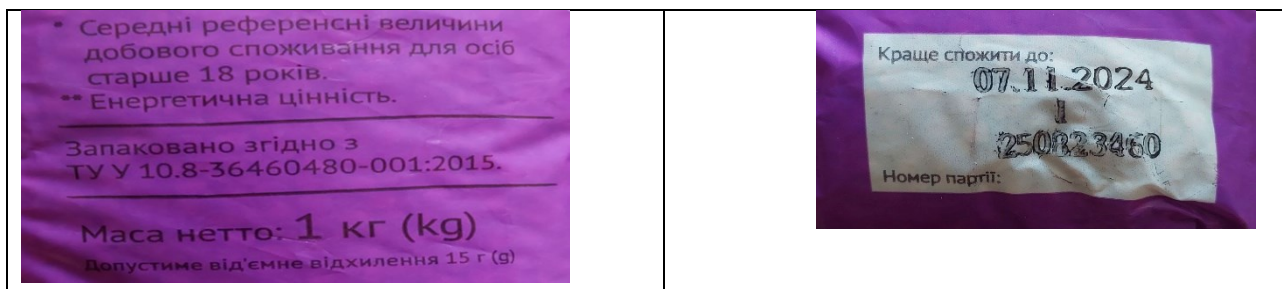


Рис. 9. Фотографічне зображення інформації про строк придатності дослідного зразка

Отже, проаналізувавши маркування крупи гречаної було зроблено висновок, що дослідний зразок – це крупа гречана ядриця швидкорозварювана першого ґатунку, сировиною для якої є гречка, вирощена в Україні. Пакування і маркування відповідають вимогам ДСТУ 7697:2025 [1] і Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [2].

**Список використаних джерел:**

1. ДСТУ 7697:2015. Крупи гречані. Технічні умови. [Чинний від 2016-08-01]. Вид. офіц. Київ: УкрНДНЦ, 2016. 14 с.

2. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України від 06.12.2018 р. № 2639-VIII. Дата оновлення : 09.06.2022. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#n95>. (дата звернення: 24.10.2023 р.).



**Брайло Анна Сергіївна,**

*доцент кафедри товарознавства, торговельного підприємництва та експертизи товарів, кандидат технічних наук, доцент, Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Полтава*

<http://orcid.org/0000-0002-3616-3149>

**Галюза Артем Сергійович,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Полтава*

## **АНАЛІЗ ВИМОГИ ДО ВИРОБНИЦТВА ТА ОБІГУ МІНЕРАЛЬНИХ ВОД В УКРАЇНІ ТА ЄС**

Природна мінеральна вода видобувається з підземних джерел та збагачена природним складом мінеральних речовин. Україна має значні запаси мінеральних вод [1]. Завдяки їх чисельності та різноманітності, країна займає одне з провідних місць у світі, де налічується близько 1000 розвіданих джерел (для порівняння, у Франції, яка вважається найбільшим виробником мінеральної води, кількість джерел становить близько 1200) [2]. Вітчизняне виробництво мінеральної води практично повністю покриває внутрішній попит, тому ринок не є імпортозалежним. На ринку існує значна конкуренція. Функціонують великі компанії, які володіють унікальними за складом водами, мають великі потужності та капітал, який спрямовують на технічний розвиток, рекламу, підвищення кваліфікації працівників. Таким чином, витісняють підприємства із низьким рівнем економічного розвитку [1]. Культура споживання мінеральної води в Україні розвивається, однак рівень споживання води все ще залишається низьким (порівняно з іншими європейськими країнами). В останні кілька років під впливом світового тренду здорового способу життя відзначається збільшення попиту на негазовану воду [1]. Приведення законодавства України у відповідність до законодавства ЄС сприяє: запровадженню європейських вимоги до мінеральних вод в Україні; усуненню бар'єрів для інвестицій у виробництво таких вод; створенню умов для добросовісної конкуренції на ринку [3; 4]. Означене обумовлює актуальність аналізу вимог до виробництва та обігу мінеральних вод в Україні та ЄС.

Об'єктом дослідження обрано мінеральні води фасовані. Предметом

дослідження є вимоги до виробництва та обігу мінеральних вод в Україні та ЄС. Дослідження проведено із застосуванням методів аналізу, систематизації, порівняння, узагальнення. Метою публікації є аналіз та систематизація вимоги до виробництва та обігу мінеральних вод в Україні та ЄС.

Наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України № 741 від 12.04.2021 «Про затвердження Гігієнічних вимог до виробництва та обігу вод природних мінеральних і вод джерельних» розроблений та прийнятий задля: забезпечення належного рівня захисту здоров'я людей шляхом встановлення гігієнічних вимог до виробництва та обігу вод природних мінеральних і вод джерельних, які виробляються, перебувають в обігу, ввозяться (пересилаються) на митну територію України та/або вивозяться (пересилаються) за межі митної території; удосконалення чинного законодавства у сфері безпечності та якості харчових продуктів та його гармонізації з законодавством ЄС [4]. Цей наказ встановлює вимоги до води природної мінеральної, а саме щодо: виробництва та обігу; обробки; додаткових до визначених Законом України № 2639-VIII «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» позначень та критеріїв для маркування води природної мінеральної. Вищезазначений наказ відповідає вимогам Директиви Європейського парламенту і Ради Європейського Союзу 2009/54/ЕС про використання і розміщення на ринку природних мінеральних вод [3].

Вимоги до мінеральних вод, до складу яких входять різні біологічно активні компоненти та сполуки, негазовані або насичені діоксидом вуглецю, фасовані регламентуються ДСТУ 878-93 «Води мінеральні фасовані. Технічні умови» (зі змінами).

Законодавство ЄС визначає декілька категорій розлитих у пляшки вод, до яких висувають різні вимоги: натуральна мінеральна вода (Natural Mineral Water); джерельна вода (Spring Water); питна вода. Вода може бути визнана натуральною мінеральною водою у разі відповідності критеріям і вимогам, визначеним у Директиві №2009/54/ЕС. Зокрема, натуральна мінеральна вода повинна мати стабільно однаковий мінеральний склад і пройти обов'язкову процедуру схвалення у компетентному органі [5; 6] та бути внесена до офіційного переліку [7]. Отже, вимоги до розливої у пляшки води, призначеної для споживання людьми залежать від її категорії. Вимоги до натуральної мінеральної води (Natural mineral water) встановлені у Директиві №2009/54/ЕС, а саме стосовно її експлуатації та розміщення на ринку [5]. Зокрема, така вода: походить із захищених від забруднення підземних джерел, які експлуатують у



належний спосіб; розливають у пляшки безпосередньо біля джерел у природному (первісному) стані, без використання цистерн; не проходить дезінфекцію чи хімічну обробку; пройшла офіційну процедуру схвалення у компетентному органі країни видобутку та внесена до офіційного переліку [7]; має стабільний специфічний мінеральний склад і смак; відповідає визначеним мікробіологічним критеріям; має відповідне маркування [5].

Контроль мінеральних вода передбачає дотримання:

а) загальних правил гігієни харчових продуктів, яких повинні дотримуватися бізнес-оператори, включаючи запровадження системи НАССР, встановлені Регламентом №852/2004;


б) загальних вимог до пакувальних матеріалів, що контактують із харчовими продуктами, встановлені Регламентом №1935/2004. Пакувальні матеріали мають бути виготовлені таким чином, щоб їх складові не переносилися на харчові продукти у небезпечних для здоров'я людей кількостях та не змінювали їх склад, смак та аромат [5; 8];

в) спеціальних вимог до упаковки з пластичної маси для харчових продуктів встановлені Регламентом №10/2011. У разі використання переробленої пластичної маси, упаковка повинна відповідати вимогам Регламенту №282/2008.

Регламент №2017/623 встановлює загальні правила ЄС щодо організації офіційного контролю харчових продуктів. Контроль до харчових продуктів можуть застосувати під час імпорту та будь-якої іншої стадії ланцюга (виробництво, зберігання, транспортування, дистрибуція та торгівля) і може включати: документальну перевірку (перевірка наявності всіх необхідних документів); випадкову ідентифікаційну перевірку (можливість ідентифікувати кожен партію продукції від етапу виробництва); за необхідності, лабораторну або іншу фізичну перевірку (наявність забруднювачів, мікроорганізмів, заборонених речовин тощо). Таким чином, харчовий продукт може бути проконтрольований щодо відповідності вимогам ЄС на будь-якому етапі – починаючи від етапу перетину кордону з країною ЄС і до полиці супермаркету (фактична наявність/відсутність заборонених речовин тощо) [5].

Простежуваність харчових продуктів регулюється Регламентом №178/2002. Для виконання положень Регламенту №178/2002 імпортер харчових продуктів до ЄС має забезпечити наявність вичерпної інформації щодо всього ланцюга виробництва та переміщення продукту (принцип «один крок назад – один крок вперед»). Отже, українська компанія-виробник повинна отримати повну інформацію від своїх постачальників щодо закуплених матеріалів та складових,

визначити та задокументувати інформацію на етапі безпосереднього виробництва/переробки та надати вичерпну інформацію про свою продукцію своєму імпортеру/дистриб'ютору [5; 9].

Загальні правила маркування харчових продуктів у ЄС встановлені Регламентом №1169/2011. Додаткові вимоги до маркування натуральної мінеральної води викладені у ст. 6-8 Директиви №2009/54/ЕС, зокрема обов'язково повинна бути зазначена інформація про її хімічний склад, назву та розташування джерела видобутку, а також застосовані методи обробки тощо [5]. Правила маркування упаковки встановлені у ст. 15 Регламенту № 1935/2004. Зокрема, пакувальна продукція, призначена для контакту з харчовими продуктами, має бути маркована: написом «for food contact» або з нанесенням позначки –  [5; 10].

Добровільні вимоги встановлені у стандартах сталого розвитку. Дотримання вимог означених стандартів: спрямоване на захист навколишнього середовища, прав працівників і трудових прав, економічного розвитку, якості та безпечності харчових продуктів, а також бізнес-етики [11]; є складовою просування продукції на ринку ЄС.

Таким чином, забезпечення відповідності мінеральної води представленим у публікації вимогам до виробництва та обігу мінеральних вод в Україні та ЄС сприятимуть: створить передумови для зміцнення та збереження здоров'я населення шляхом придбання безпечних харчових продуктів; покращенню стану здоров'я окремих груп населення; позитивному впливу на ринкове середовище; забезпеченню захисту прав та інтересів громадян і суб'єктів господарювання. Представлений у публікації аналіз систематизованих вимог до виробництва та обігу мінеральних вод в Україні та ЄС може бути використаний у практичній діяльності фахівцями під час проведення ідентифікації, товарознавчої експертизи, митного оформлення тощо.

#### ***Список використаних інформаційних джерел:***

1. Аналіз ринку мінеральної води в Україні. 2023 рік // Харчова промисловість / Pro Consulting. URL: <http://surl.li/octdd> (дата звернення: 23.06.2023).

2. Аналіз ринку столової та мінеральної води в Україні. 2022 рік // Харчова промисловість / Pro Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-stolovoj-i-mineralnoj-vody-v-ukraine-2022-god> (дата звернення: 23.06.2023).

3. Мінекономіки затвердило гігієнічні вимоги до виробництва мінеральних та джерельних вод // Новини / Єдиний веб портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minekonomiki-zatverdilo-gigiyenichni-vimogi-do-virobnictva-mineralnih-ta-dzherelnih-vod> (дата звернення: 20.06.2023).

4. Проект наказу Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України “Про затвердження Гігієнічних вимог до виробництва та обігу вод природних мінеральних і вод джерельних” // Обговорення проектів документів / Міністерство економіки України. URL: <http://surl.li/octdv> (дата звернення: 20.06.2023).

5. Бутильована питна вода // Вимоги ЄС до продукції / Бізнес. Експортний напрям. URL: <https://export.gov.ua/good/review/347> (дата звернення: 10.10.2023).

6. What is Natural Mineral Water? // Natural Mineral Waters Europe. URL: <https://naturalmineralwaterseurope.org/water/what-is-natural-mineral-water/> (дата звернення: 10.10.2023).

7. List of natural mineral waters recognised by member STATES, United Kingdom (Northern Ireland) and EEA Countries. Last update 3 October 2023. URL: [https://food.ec.europa.eu/system/files/2023-10/labelling-nutrition\\_mineral-waters\\_list\\_eu-recognised.pdf](https://food.ec.europa.eu/system/files/2023-10/labelling-nutrition_mineral-waters_list_eu-recognised.pdf) (дата звернення: 10.10.2023).

8. Food Contact Materials // Chemical safety / European Commission. URL: [https://food.ec.europa.eu/safety/chemical-safety/food-contact-materials\\_en](https://food.ec.europa.eu/safety/chemical-safety/food-contact-materials_en) (дата звернення: 10.10.2023).

9. Food law general requirements // General Food Law / European Commission. URL: [https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/general-food-law/food-law-general-requirements\\_en](https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/general-food-law/food-law-general-requirements_en) (дата звернення: 10.10.2023).

10. Labelling and nutrition // Food / European Commission. URL: [https://food.ec.europa.eu/safety/labelling-and-nutrition\\_en](https://food.ec.europa.eu/safety/labelling-and-nutrition_en) (дата звернення: 10.10.2023).

11. Ukraine's export of 220110 // Sustainability Standards / Eastern Partnership Trade Helpdesk. URL: <https://eap.tradehelpdesk.org/en/export-220110-from-ua-to-de/market-information/sustainability-standards> (дата звернення: 10.10.2023).

*Булавка Євген Вікторович*

*магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Науковий керівник: Дименко Руслан*

*д-р екон. наук, професор, професор кафедри товарознавства та*

*комерційної діяльності в будівництві, КНУБА*

<https://orcid.org/0000-0002-6980-8038>

## **РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Розрахунок рентабельності маркетингових інвестицій (ROMI) – це щось на зразок мистецтва. На відміну від капіталовкладень, які мають фіксовану початкову вартість і чіткі результати, маркетингові інвестиції розвиваються з часом і мають як емпіричні, так і нематеріальні результати, які важко оцінити.

Це може здатися страшним, але створення сильної стратегії довгострокового зростання та дотримання її дасть найкращі шанси збільшити ROMI.

Можна виділити п'ять ключових стратегій, які можуть допомогти перетворити зусилля на результат і забезпечити позитивну віддачу від маркетингових інвестицій:

### *Визначення показники ROI*

Дотримання формул для розрахунку ROMI є першим кроком до розуміння того, що працює, а що ні. Щоб покращити залучення потенційних клієнтів, слід знати, де маркетингові зусилля приносять гроші, а де ні.

Незважаючи на те, що це важливо, вимірювання рентабельності інвестицій стосується не лише формул і матеріальної прибутковості – це також стосується нематеріальних вигод. Наприклад, представити себе як лідера думок або покращити довгострокове зростання онлайн.

Визначення рентабельності інвестицій контент-маркетингу дасть уявлення про нематеріальні активи, такі як сприйняття громадськістю та довгострокове зростання онлайн.

### *Публікація вмісту, орієнтованого на ключові слова*

Дослідження ключових слів – це один із найкращих способів збільшити загальний трафік сайту – не лише за обсягом, а й за якістю. Завдяки обґрунтованим методам оптимізації пошукових систем на сайт звернеться більше уваги клієнтів.

Якщо публікується вміст, оптимізований для великого обсягу нескладних фраз, значні шанси, потрапити на першу сторінку пошукової видачі, що, звичайно, означає, що більше відвідувачів знайдуть шлях до сайту.

Можна піти ще далі, переконавшись, що цей вміст (допис у блозі, офіційний документ чи цільова сторінка) націлений на потенційних клієнтів, які ближче до здійснення покупки, тобто далі «вниз по ходу».

#### *Практикум соціального маркетингу*

Якщо не використовуються соціальні медіа як один із своїх основних маркетингових каналів, то втрачається великий вплив і можливість, не кажучи вже про цінну інформацію про настрої бренду, пропаганду та якість відносин з клієнтами.

Зараз багато компаній використовують соціальні мережі як пряме джерело потенційних клієнтів. Ці потенційні клієнти кваліфікуються за їхніми інтересами, фірмовою інформацією та історією спілкування, тому вони мають високі шанси на конверсію – навіть більше, ніж традиційний зовнішній маркетинг (телемаркетинг, друковані видання, листи електронної пошти, телебачення/радіо).

#### *Використання спліт тестування*

Незалежно від того, в якому середовищі ви працюєте, одні тактики працюють краще, ніж інші. Тестування А/В – це процес порівняння альтернативних версій подібного активу та визначення того, яка дає кращі результати, без припущень.

Маркетологи можуть проводити А/В-тестування всього: від веб-макетів до заголовків, тем, дописів у блогах та електронних листів. Незважаючи на те, що це просто, поступовий прибуток від позитивної прибутковості значно підвищує віддачу від маркетингових інвестицій.

#### *Інвестиції в правильну технологію*

Існують тисячі програмних рішень для маркетологів, як-от маркетинг електронною поштою, соціальна аналітика, веб-відстеження та керування вмістом. Якщо ви хочете об'єднати всі ці функції в одній системі, ви, мабуть, шукаєте програмне забезпечення для автоматизації маркетингу.

Найкраще програмне забезпечення для автоматизації маркетингу для В2В-компаній, як правило, побудоване навколо процесу генерації потенційних клієнтів, призначене для того, щоб допомогти вам запускати програми за кількома каналами, створювати спеціальні правила та тригери.

Платформа автоматизації маркетингу також може надати інформацію про

ефективність кампанії за допомогою інструментів діагностики та звітності (звітування замкненого циклу, відстеження відвідувачів, опитування та показники залучення контенту). Постійне усвідомлення того, які програми досягають успіху, а які зазнають поразки, дає змогу вносити поступові виправлення та ефективно переоцінювати загальну стратегію.

Хороший майстер знає, який інструмент використовувати для правильної роботи, а хороший фахівець з маркетингу знає, який засіб використовувати, щоб максимізувати віддачу від маркетингових інвестицій.

Інвестиційні рішення все одно повинні залежати від їх здатності приносити позитивні результати. Це стосується як інвестицій в традиційні маркетингові програми (платні ЗМІ, підтримка електронної пошти), так і в нові маркетингові технології, такі як платформа автоматизації маркетингу.

Слід чітко виокремити, яку цінність інвестиції можуть додати до бренду, і чи буде ця цінність прямим прибутком (потенційні клієнти, конверсії) чи якісним прибутком (рис.1).

Якщо слідувати цій логіці, постануть два фундаментальні запитання: Які маркетингові інвестиції з більшою ймовірністю окупляться? Якщо маркетингові інвестиції вже провалюються, які коригування можуть змінити їх?

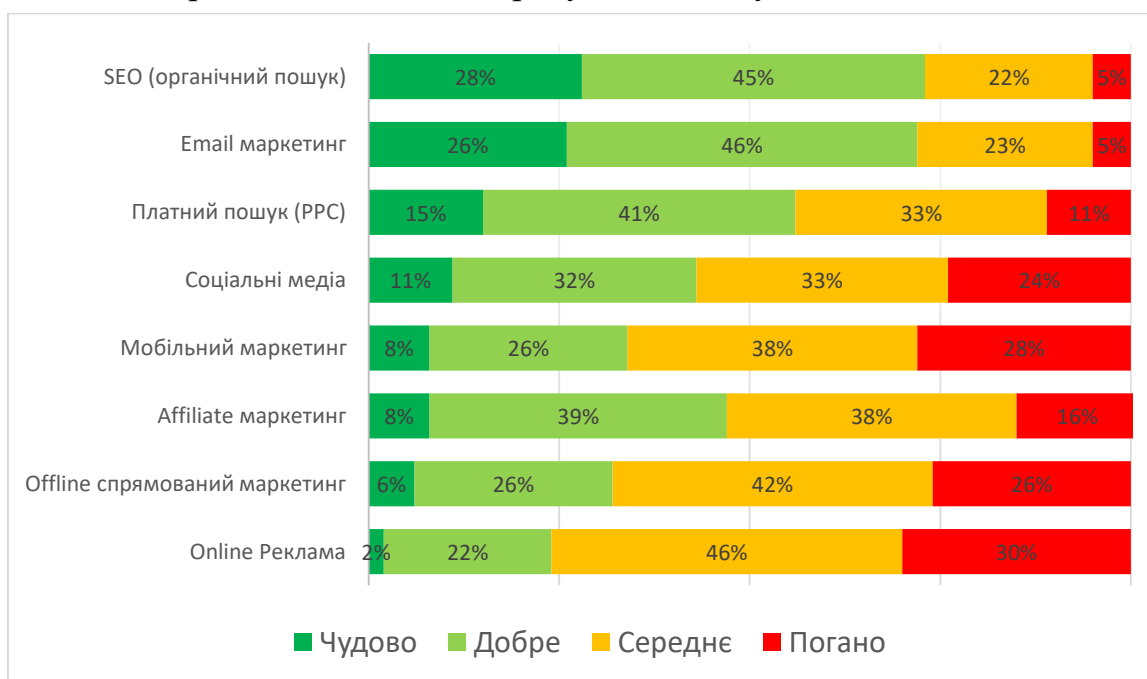


Рис.1. Конверсія ROMI за каналами взаємодії з клієнтами

Не завжди достатньо просто вкладати більше грошей або часу у поточні проекти, особливо якщо вони дають позитивного результату. Це також хибно спрощує поведінку потенційних клієнтів: люди не просто хочуть бути

залученими заради чогось; вони хочуть бути залученими доречним, своєчасним, персоналізованим способом. Вони не хочуть стежити за обліковим записом, який просто перепублікує інформацію щодня, вони хочуть стежити за обліковим записом, який схожий на людину та безпосередньо взаємодіє з нею.

Більш практичний підхід до медіа-контенту може надати клієнтам більше особистої взаємодії, зміцнення стосунків і лояльності до бренду. Хіба кому не подобається, коли його улюблений бренд помічає?

Якщо пощастить, потенційний клієнт здійснить конверсію після кількох значущих зустрічей із брендом у кількох каналах (електронна пошта, соціальні мережі, пошукова система пошуку, мобільний). Але маркетологи прагнуть «зламати» процес, щоб отримати швидку перевагу – адже час – це гроші. Вони хочуть знати швидкі шляхи для перетворення потенційних клієнтів на потенційних клієнтів, а потенційних клієнтів – на контракти, і це не обов'язково поганий інстинкт.

*Бурова Софія Юріївна,  
магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури  
Науковий керівник: Марченко Світлана Миколаївна,  
к.е.н., доц., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в  
будівництві, КНУБА  
<https://orcid.org/0000-0001-9451-4798>*

## **ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ТОРГІВЛІ**

**Актуальність.** Технологічні інновації швидко розвиваються, і використання штучного інтелекту стає необхідністю для підтримки конкурентоспроможності та ефективності. Зростаючий попит на персоналізовані послуги та товари вимагає використання штучного інтелекту для аналізу великих обсягів даних та надання індивідуальних рекомендацій. Збільшення онлайн-покупок та електронної комерції створює потребу в автоматизованих системах для оптимізації процесів обробки замовлень та надання якісного обслуговування. Зростання доступності великих обсягів даних вимагає використання інтелектуальних систем для їх аналізу та отримання цінної інформації для прийняття управлінських рішень. Застосування штучного інтелекту для оптимізації управління ланцюгом постачань може покращити взаємодію з постачальниками та зменшити витрати. Підприємства, які використовують штучний інтелект для оптимізації бізнес-процесів, можуть мати конкурентну перевагу в сучасному бізнес-середовищі. Використання штучного інтелекту дозволяє автоматизувати рутинні завдання, звільняючи людський ресурс для виконання більш складних та стратегічних функцій. Системи штучного інтелекту можуть забезпечити точніші прогнози та аналіз даних, що полегшує прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Усі ці фактори роблять використання штучного інтелекту в торгівлі надзвичайно актуальним та важливим для досягнення успіху в сучасному бізнес-середовищі. Інвестиції у ці технології можуть принести значні покращення в ефективності, конкурентоспроможності та задоволенні клієнтів.

**Мета.** Основною метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства є процес оптимізації бізнес-процесів за допомогою штучного інтелекту в торгівлі. Використання штучного інтелекту в цьому контексті відкриває можливості впровадження новаторських технологій



та автоматизованих рішень, які можуть сприяти оптимізації різних аспектів бізнес-процесів.

**Викладення основного матеріалу.** Оптимізація бізнес-процесів за допомогою використання штучного інтелекту (ШІ) в торгівлі може призвести до значних покращень ефективності, зменшення витрат і підвищення конкурентоспроможності. Застосування ШІ в торгівлі дозволяє компаніям не лише покращувати ефективність своїх бізнес-процесів, але й реагувати на зміни на ринку швидше та більш інтелектуально. Однак важливо враховувати етичні питання та питання конфіденційності даних при впровадженні таких технологій.

Майже всі бізнес-сфери переживають серйозні зміни, оскільки штучний інтелект (AI) все частіше використовується для покращення досвіду покупок.

Штучний інтелект (artificial intelligence, AI) — це галузь комп'ютерних наук, яка займається створенням систем, здатних виконувати завдання, що вимагають інтелектуальних здібностей. Системи штучного інтелекту можуть аналізувати дані, навчатися на основі досвіду, ухвалювати рішення і виконувати завдання, які раніше могли виконувати тільки люди. Інтеграції технологій штучного інтелекту допомагають здійснювати пропозицію потрібних товарів у потрібний час, у потрібному місці для споживача.[1]

Сучасні клієнти проводять більшість свого життя у смартфоні та звикли до швидких онлайн-покупок та оплат, тому для сучасних бізнесів дуже важливо впроваджувати не тільки офлайн сервіс, а й онлайн. У багатьох бізнесах торгівлі технологія чат-бота або віртуального консультанта стає першим етапом взаємодії клієнта та підприємства, що вже є ефективнішим за спілкування із живим консультантом. Вони можуть надавати персоналізовані рекомендації клієнтам на основі їхньої історії покупок та вподобань. Якщо поєднати перший етап разом із аналітичним Big Data, бізнеси сприятимуть більшому зануренню у можливі інтереси покупця, що вплине на розвиток контактних точок із самим брендом. [2]

Системи, що базуються на штучному інтелекті, можуть в режимі реального часу відстежувати рівень запасів і сповіщати роздрібних торговців, коли необхідно поповнити товари. Це допомагає роздрібним торговцям уникнути дефіциту товарів і забезпечити клієнтам доступ до необхідних продуктів. За допомогою розпізнавання обличчя можна легко ідентифікувати клієнта та запропонувати йому персональні акції та знижки виходячи з його купівельного досвіду. Використовуючи цю технологію можна ідентифікувати крадіїв та інших порушників, що покращить рівень безпеки магазину. [3]

Сучасним рішенням покращення маркетингу є використання рекурентних нейронних мереж (RNN), такі рішення аналізують історичні дані про продажі, щоб рекомендувати оптимальні знижки для кожного товару. Ці алгоритми аналізують дані та встановлюють параметри, такі як максимальна глибина знижок, часові рамки для знижок та очікуваний рівень запасу.

Відповідно до прогнозів аналітиків близько 85% усіх взаємодій буде контролюватися за допомогою штучного інтелекту. Ці числа наштовхують на те, що для підприємства слід підключати, налаштовувати, створювати інтелектуальні платформи з потужною системою безпеки, для перетворення масиву даних у необхідну інформацію, щоб адаптувати її для потреб бізнесу, вимог клієнтів та загальних тенденцій. Можливо виділити три основні сфери, де за допомогою штучного інтелекту, бізнес здатен перейти на новий рівень, а саме: оптимізація операційної аналітики на основі єдиної інтелектуальної платформи; нові можливості для ефективної праці трудових ресурсів; максимізація рентабельності інвестицій завдяки рішенням, яке одночасно розвивається у ході бізнес-процесів.[1]

З метою оптимізації логістики, зменшення витрат на доставку продуктів до філій торгових мереж, штучний інтелект використовується для збору даних (погодні умови, інформації про GPS та стан доріг, маршрутів), які можуть впливати на терміни доставки. Зібрані дані дозволяють продавцям передбачити більш точні терміни доставки. [2]

**Висновки.** Впровадження штучного інтелекту (ШІ) у бізнес-процеси торгового підприємства призводить до значних переваг і трансформацій в різних аспектах діяльності. До основних переваг слід віднести зниження витрат у процесі виробництва, продажу, контролю доставки; спрощенні процедур та ефективність у процесі автоматизації; сприянні у творчому розвитку та ініціативі; конкурентних перевагах; створення індивідуалізованої комунікації та ін. ШІ дозволяє створювати персоналізовану комунікацію з кожним клієнтом, підсилюючи зв'язок та вплив на його рішення. Загальною вигодою від впровадження ШІ є створення більш гнучкого, ефективного та конкурентоспроможного торгового підприємства.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Загарчук, В., Клим, О., & Антохова, І. (2020). *ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ТОРГІВЛІ. ЛОГОС. ОНЛАЙН.* <https://doi.org/10.36074/2663-4139.15.10>
2. Іванечко, Н., Процишин, Ю., & Никитишин, Т. (2020). *Цифрові технології*

в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід. *Food Industry Economics*, 12(1). <https://doi.org/10.15673/fie.v12i1.1671>

3. *The coming AI revolution in retail and consumer products: Intelligent automation is transforming both industries in unexpected ways.* // *Executive Report Consumer Products and Retail IBM Institute for Business Value research*: електрон. версія. Armonk, 2019. P. 24.

4. Подгасцький О. Еволюція розробок у галузі штучного інтелекту в Україні та світі / О. О. Подгасцький // *Дослідження з історії техніки*. - 2012. - Вип. 16. - С. 48-54. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/dzit\\_2012\\_16\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/dzit_2012_16_7)

*Горзей Мар'яна Андріївна,  
бакалавр, Львівський національний університет імені Івана Франка  
Науковий керівник: Луців Н.В.,  
к.т.н., доц., доцент кафедри управління та експертизи товарів, Львівський  
національний університет імені Івана Франка*

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ З ДЕРЕВИНИ В УКРАЇНІ**

Ринок деревини, як і будь-який інший ринок будівельних матеріалів в Україні, переживає не найкращі часи через ситуацію в країні. За площею лісів та запасами деревини Україна є державою з дефіцитом лісових ресурсів. Щоб досягнути оптимального показника лісистості в 20 % нам потрібно створити ще понад 2 млн. га нових лісів.

Частка лісового господарства у структурі ВВП України є незначною та коливається в межах від 0,26 % до 0,37 %. Однак, постійними лісокористувачами щороку сплачується у вигляді податків та зборів до Державного бюджету понад 3 млрд. грн., а деревина є одним із базових ресурсів для формування низки підгалузей економіки та широко застосовується в промисловому виробництві, будівництві, сільському господарстві, транспорті та хімічній індустрії. Експорт деревини та виробів з неї приносить Україні валютної виручки понад \$1 млрд. в рік. За даними Держстату, географічна структура українського експорту пиломатеріалів у 2021 році є диверсифікованою (рис. 1). З рис. 1 бачимо, що лідером серед імпортерів українських пиломатеріалів у 2021 році був Китай. Порівняно з 2017 роком експорт пиломатеріалів з України в Китай в 2021 році значно зріс - на 54%. Тим не менш, протягом першого кварталу 2022 року Китай скоротив імпорт пиломатеріалів на 44%. Незважаючи на зростання імпорту в другому кварталі 2022 року, це все одно є лише другим найнижчим квартальним обсягом за шість років. Після початку повномасштабної війни в Україні та дискусійної позиції Китаю щодо військової агресії РФ проти України не слід очікувати збільшення поставок української деревини на ринок Китаю в найближчі роки.

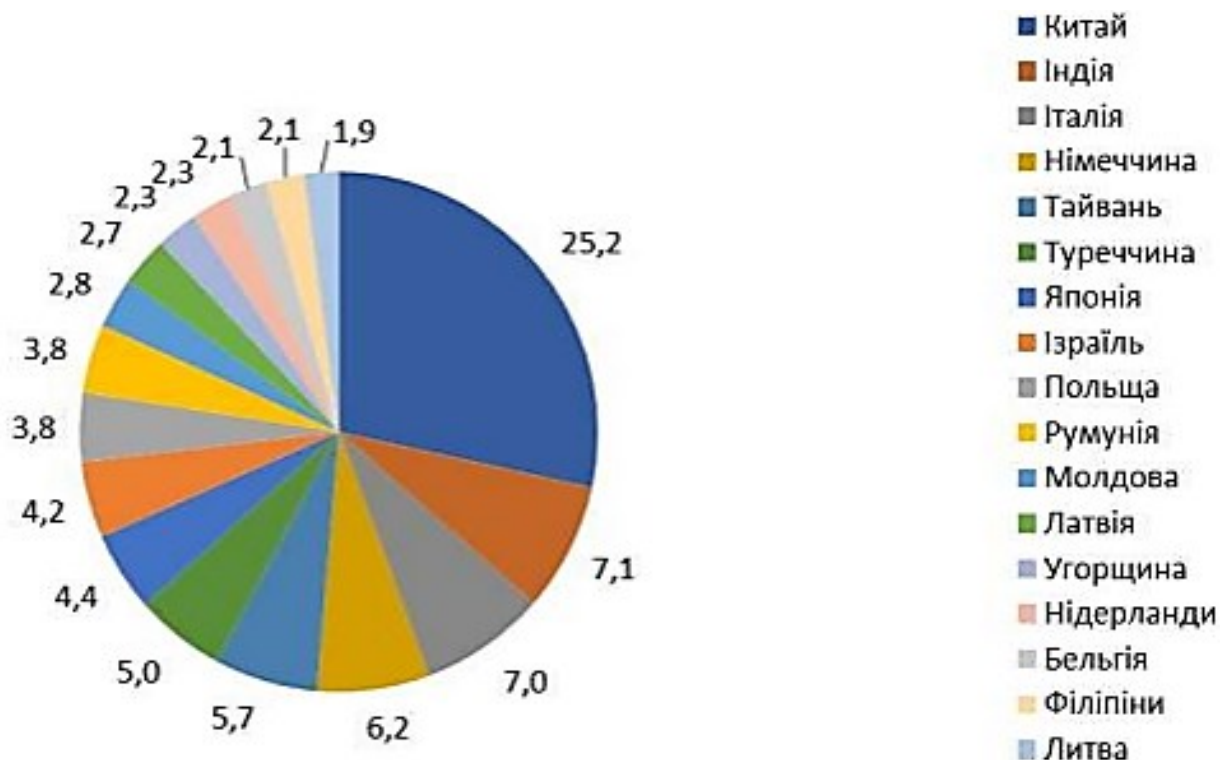


Рис. 1. Географічна структура експорту пиломатеріалів з України у 2021 році [3]

Індія імпортувала понад 80 тис. т пиломатеріалів з України у 2021 році. Країна активно розвивається та нарощує обсяги будівництва, що в свою чергу створює попит на деревину.

Станом на кінець 2022 року на біржах реалізовано понад 4,6 млн. куб. м деревини на загальну суму 13,1 млрд. грн. За рахунок конкуренції, яку забезпечують біржі на своїх торгах навіть у воєнний період, додатковий дохід державних лісових господарств склав 1,31 млрд. грн. Протягом 2022 року у торгах УУБ взяли участь понад 2,4 тис. підприємств, у торгах УЕБ - понад 2,5 тис. відповідно.

Державному підприємству «Ліси України» у 2023 році вдалося поставити покупцям 8,68 млн. м<sup>3</sup> лісоматеріалів, що на 13,5% перевищує результати минулого року.

Наразі у регулюванні лісової галузі та ринку деревини є низка критичних недоліків. А саме: відсутність належного обліку деревини; значна тінізація та незаконні рубки; невиконання нормативів лісокористування та заготівлі лісових ресурсів, зокрема в частині рубок; заниження цін під час реалізації необробленої деревини, некоректне застосування регуляторних інструментів, зокрема сертифікатів, тощо.

Існує низка чинників, які можуть вплинути на ринок будівельних матеріалів

з деревини в країні:

- попит на будівельні матеріали: попит на будівельні матеріали, в тому числі дерев'яні, в Україні залежить від стану економіки, активності будівельної галузі та інших факторів. Зростання будівництва житла, комерційних об'єктів та інфраструктури в період післявоєнної відбудови призведе до підвищення попиту на будівельні матеріали;

- ціни на деревину: зміни в ціні на деревину можуть впливати на ринок будівельних матеріалів. Якщо ціни на деревину зростають, це може призвести до підвищення цін на дерев'яні будівельні матеріали, що може вплинути на їхню конкурентоспроможність на ринку;

- законодавство та екологічні вимоги: Україна має власне законодавство та стандарти щодо використання деревини в будівництві та вимоги до екологічності матеріалів. Відповідність цим нормам є важливою для виробників і споживачів;

- інновації у виробництві: на ринок будівельних матеріалів впливають інновацій в області деревообробки та виготовлення будівельних матеріалів. Нові технології та обробка мають вплив на якість та властивості дерев'яних матеріалів;

- конкуренція та бренди: конкуренція на ринку може сприяти успіху певних виробників та брендів. Відомі бренди та виробники з доброю репутацією можуть залучити більше клієнтів.

- експорт та імпорт: міжнародний торговельний обмін деревинними матеріалами може впливати на ринкову динаміку та ціни.

Ринок деревини в Україні має великий потенціал та може призвести до економічного зростання та створення робочих місць. Ось кілька способів, які можуть допомогти розвинути ринок деревини в Україні:

1. Підвищення якості продукції: Україна повинна стимулювати виробництво високоякісних деревинних матеріалів, які відповідають міжнародним стандартам та вимогам. Це включає в себе контроль якості на кожному етапі виробництва, посилення досліджень і розробок, а також використання сучасних технологій для підвищення якості продукції.

2. Розвиток лісового господарства: важливо забезпечити сталий розвиток лісового сектора в Україні. Це включає в себе ведення лісокористування з дотриманням екологічних стандартів, посадку нових лісів та утримання лісових ресурсів.

3. Формування лісового ринку: створення ринку лісопродукції та деревини може сприяти розвитку галузі. Це може включати в себе регулювання лісорубки,

створення біржі деревини та інших інструментів, які сприяють торгівлі лісовими ресурсами.

4. Залучення інвестицій: приваблення інвестицій у лісовий сектор та виробництво деревини може допомогти розвинути інфраструктуру та технології. Іноземні та внутрішні інвестори можуть фінансувати модернізацію та розширення виробництва.

5. Підтримка малих та середніх підприємств: заохочення розвитку малих та середніх підприємств у лісовому секторі може сприяти розвитку інноваційних підходів та конкурентоспроможності.

. Експорт і міжнародна торгівля: заохочення експорту деревини та лісової продукції може розширити ринки збуту та принести валютні доходи для країни. Для цього важливо підтримувати міжнародні стандарти та дотримуватися торговельних угод. При цьому варто збільшувати експорт переробленої деревини і зменшувати експорт круглого лісу.

7. Екологічні стандарти та стійкість: світовий споживач все більше звертає увагу на стійкість та екологічність виробленої продукції. Виробники повинні підтримувати екологічні стандарти та пропонувати продукцію, яка відповідає цим вимогам.

8. Освіта та навчання: навчання та розвиток галузевих фахівців, а також освіта щодо сталого ведення лісового господарства та використання деревини є прогресивними аспектами розвитку ринку.

Розвиток ринку деревини в Україні вимагає спільних зусиль уряду, бізнесу та громадськості для створення сталих та конкурентоспроможних умов. Розробка стратегій, що сприяють сталому лісокористуванню та виробництву деревини, може забезпечити розвиток цієї галузі в Україні.

Таким чином, розвиток ринку деревини в Україні є завданням, яке може призвести до покращення економічного розвитку та створення нових можливостей для зростання. Для досягнення цієї мети необхідно приділити увагу якості продукції, сталому лісокористуванню та досягти екологічних стандартів. Залучення інвестицій, підтримка малих та середніх підприємств, розвиток міжнародної торгівлі та освіта важливі для успішного розвитку ринку. Важливо забезпечити прагнення споживачів до якісних та екологічно чистих будівельних матеріалів і працювати над виробництвом продукції, що задовольняє ці вимоги.

### **Список використаних джерел:**

1. Ринок деревини. Платформа ефективного регулювання. URL: <https://regulation.gov.ua/dialogue/silske-hospodarstvo/5-rinok-derevini>
2. Інструмент Міжнародного торгівельного центру TradeMap. URL: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?)
3. Давидкевич А.О. Аналіз розвитку світового ринку деревини у 2021-2023 роках. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: зб. тез доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 20 квіт. 2023 р. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2023. С. 97-98.
4. Лісівник. В Україні за 2023 рік значно збільшилось постачання лісоматеріалів. URL: <https://www.forester.org.ua/v-ukrayini-za-2023-rik-znachno-zbilshylos-postachannya-lisomaterialiv/>



*Живолович Андрій Андрійович*

*аспірант, Київський університет ринкових відносин,*

*Науковий керівник: Кулік Анна Володимирівна*

*к. е. н., доц., завідувач кафедри менеджменту, публічного адміністрування та*

*маркетингу, Київський університет ринкових відносин*

*<https://orcid.org/0000-0002-2601-3833>*

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СКЛАДСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПРОМАВТОМАТИКА»**

**Актуальність.** Завдання мінімізації складських витрат так чи інакше встають перед кожним підприємцем. Здавалося б, все гранично просто: товар разом з допоміжними й пакувальними матеріалами надходить на підприємство, розвантажується й складається тим або іншим способом, виходячи з характеру вантажу й специфіки його подальшого використання [1]. Але досить часто в ході цього процесу продукція надходить на центральні склади або в тимчасові сховища. Готові вироби утримуються там відповідно до інструкцій, а потім відвантажуються залежно від їхньої затребуваності ринком (великим або дрібним оптом, відповідно до тієї або іншої швидкості реагування на запит споживача або номенклатури продукції тощо). При цьому для самого виробника важливо організувати матеріальні потоки таким чином, щоб шлях між ділянками приймання сировини й відвантаження готової продукції: по-перше, вантажі проходили якнайшвидше; по-друге, не створювалися затори на шляху їхнього проходження; по-третє, рівень складських запасів не був надмірним і відповідав тільки необхідним вимогам, (тобто враховував ризик затримки поставок, вартість оптових партій, вартість використання складських приміщень (оренду або амортизацію); а також на вході тієї або іншої ділянки не створювалося такого дефіциту сировини або напівфабрикатів, що може викликати зупинку виробництва, що, у свою чергу, найчастіше грозить більшими непередбаченими витратами. Однак на практиці все може виглядати трохи інакше. Досить часто зустрічаються ситуації, коли на підприємстві знижується продуктивність, сировина й товари псуються, а дефіцит товарів приводить до порушення реалізаційного ритму товару, через що в споживачів виникає невдоволення тривалим очікуванням відвантаження, обмеженим номенклатурою продукції або незручним розміром партії товару тощо. Як правило до цих негативних явищ приводять: відсутність чи погана якість вантажно-розвантажувальних рамп;

нерівні підлоги; погане освітлення місць навантаження-розвантаження, а також зон сортування й комплектації; неоперативні й нераціонально налагоджені системи обліку; невдалий вибір способів зберігання й переміщення вантажів, відсутність стелажів, конвеєрів[2].

**Мета.** Оцінити ефективність управління складського господарства підприємства ТОВ «ПромАвтоматика».

**Викладення основного матеріалу.** Ситуація, що складається на ринку зараз, змушує компанії активно шукати шляхи скорочення витрат. Система складування покликана забезпечити оптимальне розміщення вантажу на складі і раціональне управління ним. Система складування підприємства ведеться з урахуванням всіх взаємозв'язків і взаємозалежностей між зовнішніми (що входять на склад і виходять з нього) і внутрішніми (складськими) потоками об'єкту і пов'язаних з ними факторів (параметри складу і вантажу, технічні засоби і т.д. ). Оскільки, підприємство працює в орендованому складі загальною площею 150 м<sup>2</sup>. Корисна площа охоплює 110 м<sup>2</sup>, 10 м<sup>2</sup> займають місця для приймання товарів, а 30 м<sup>2</sup> відведено для службових приміщень – кабінетів директора, головного бухгалтера та завідуючого складом, тому доцільно буде розрахувати раціональне використання загальної площі складу, що характеризується коефіцієнтом використання загальної площі (К<sub>п.з.</sub>), тобто відношенням корисної площі до загальної площі складу. Коефіцієнт раціонального використання загальної площі складу розраховується за формулою 1 [3].

$$K_{п.з.} = \frac{S_{к.п.}}{S_{з.п.}} \quad (1)$$

де  $S_{к.п.}$  – корисна площа складу, м<sup>2</sup>;

$S_{з.п.}$  – загальна площа складу, м<sup>2</sup>.

Цей параметр в залежності від типу складського приміщення, його планування, використовуваного обладнання та інших факторів може мати значення від 0,25 до 0,6. Чим більший коефіцієнт, тим ефективніше використовуються складські площі. Для складу підприємства ТОВ «ПромАвтоматика»:

$$K_{п.з.} = \frac{110}{150} = 0,7$$

Як видно з розрахунків, отриманий показник становить – 0,7, що перевищує нормативне значення на 0,1, а це в свою чергу свідчить про високу ефективність використання складської площі підприємства, тобто на підприємстві дотримано

всіх вимог, щодо планування складу та створення максимально комфортних умов праці для працівників.

Ефективність використання місткості складу можна визначити шляхом розрахунку коефіцієнта використання корисної площі складу. Цей показник може приймати значення від 0,3 до 0,5 і обчислюється як відношення добутку корисної площі складу та висоти складського приміщення, що використовується під зберігання продукції до добутку загальної площі складу та висоти складського приміщення (формула 2) [3] :

$$K_{\text{к.п.}} = \frac{S_{\text{к.п.}} \times h_{\text{скл.}}}{S_{\text{з.п.}} \times h_{\text{заг.}}} \quad (2)$$

де  $S_{\text{к.п.}}$  – корисна площа складу,  $\text{м}^2$ ;

$S_{\text{з.п.}}$  – загальна площа складу,  $\text{м}^2$ ;

$h_{\text{скл.}}$  – висота складського приміщення, використовувана під зберігання продукції, м;

$h_{\text{заг.}}$  – висота складського приміщення, м.

Вихідні дані для розрахунку коефіцієнта ефективності використання корисної площі складу ТОВ «ПромАвтоматика»:

$S_{\text{к.п.}}$  – корисна площа складу – 110  $\text{м}^2$ ;

$S_{\text{з.п.}}$  – загальна площа складу – 150  $\text{м}^2$ ;

$h_{\text{скл.}}$  – висота складського приміщення, використовувана під зберігання продукції – 6 м;

$h_{\text{заг.}}$  – висота складського приміщення – 8 м.

Розрахуємо даний показник для складу підприємства ТОВ «ПромАвтоматика»:

$$K_{\text{к.п.}} = \frac{110 \times 6}{150 \times 8} = \frac{660}{1200} = 0,5$$

Як видно з розрахунків, отриманий показник становить – 0,5, що відповідає нормативному значенню. У разі виявлення низького показника ефективності використання корисної площі складу, керівництво повинно терміново вжити заходів щодо підвищення ефективності використання складських площ, при цьому необхідно зменшити ширину проходів між стелажми або застосувати менш габаритне підйомно-транспортне обладнання.

**Висновки.** Отже, чим вищий коефіцієнт використання площі, тим нижча вартість зберігання товарів на складі підприємства, що в свою чергу призводить до мінімізації складських витрат підприємства.

### **Список використаних джерел:**

1. Vorshchenko O., & Shcherbyna, V. (2019). Оцінка ефективності складської логістики підприємств. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті, (69(4)), 38-48. URL: <https://www.daemmt.odessa.ua/index.php/daemmt/article/view/284>

2. Костюк О. С. Ефективне функціонування складської системи підприємства. Вісник національного університету «Львівська політехніка», Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2010. Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». № 691. С. 59-65.

3. Сумець О.М. Методика оцінки ефективності функціонування складу в транспортно-логістичній підсистемі логістичного утворення // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Харків: ХНТУСГ, 2012. Вип. 123. «Системотехніка і технології лісового комплексу». «Транспортні технології». С. 271-281.

*Жук Аріна Ігорівна,  
бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури  
Науковий керівник: Романенко Олеся Валеріївна,  
к.е.н., доц., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в  
будівництві, КНУБА*

## **ВИЖИВАННЯ ТА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ ОДЯГУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

**Актуальність.** Українські колекції одягу - достойна альтернатива європейському мас-маркетові і, як вже зрозуміло, ця альтернатива якісніша. Зараз українцем бути модно. І річ не лише у загостренні патріотизму з політичної точки зору. Модно носити речі з елементами національного орнаменту, купляти речі українського пошиття та підтримувати місцевих виробників взуття. Тому важливо допомогти вітчизняним брендам вистояти та розвиватися у ці нелегкі для країни часи.

**Мета.** Оцінити поточну ситуацію на ринку одягу українських виробників, запропонувати стратегії виживання та розвитку вітчизняних брендів одягу в умовах воєнного стану та післявоєнний період.

**Викладення основного матеріалу.** У довоєнний період ринок одягу в Україні динамічно розвивався разом із зростанням купівельної спроможності населення нашої країни. Подолавши наслідки кризи 2015 року, українці стали більше витрачати гроші на товари не першої необхідності, зокрема, активніше купувати одяг українських виробників. При цьому споживачі знову почали керуватися при виборі не тільки ціною товару, а й посилили увагу на якість крою, пошиття та матеріал, сучасність дизайну [1]. Серед відомих вітчизняних брендів одягу можна виділити такі, як Vovk, Arber, VDone, Andre Tan, Goldi, Kleo, Must Have, O.Taje, Kolosova, Natali Bolgar, DiaDia, Katya Silchenkothe COAT, Pustovit, Bevza, Litkovska, By ME та інші [1-2].

З початку повномасштабної війни, що почалась 24 лютого 2022 року, український fashion переживає непрості часи, балансує між доцільністю випуску нових колекцій та бажанням вистояти на ринку. Модний бізнес зіткнувся із численними проблемами в організації робочого процесу: переформатування команд, блекауту, логістичні проблеми, дефіцит товарів і фізична небезпека через ракетні атаки. До того ж, із початком війни різко впав попит [3].

На початку повномасштабного вторгнення бренди комунікували по-різному. Певна частина припинила свою діяльність і просто перестала звертатися до аудиторії. Деякі мовчали в перші дні, бо займалися релокацією. А деякі активно увірвалися в інформаційний простір зі своєю підтримкою з перших годин вторгнення. Комунікації зі слів перейшли у дії. Зараз компанії намагаються бути корисними, підтримувати українців і проявляти єдність зі своєю аудиторією. Значно виросла вага соціальної ролі брендів. Одні постачають продукти для літніх людей; другі відновлюють зруйновану школу; треті проектують тимчасові модульні будинки для переселенців; інші передають свою продукцію в якості допомоги або перераховують частку прибутку на потреби ЗСУ.

Для українців стало нормою, що бренди жіночого одягу частину виробництва переформатували під пошиття бронежилетів і тактичної військової форми. А паралельно з тим — випускають колекції одягу.

Бренди, які ведуть активну соціальну позицію, “бонусом” отримують і продажі. Своєю небізнесовою діяльністю вони будують позитивне враження про себе і зрощують довіру, а отже — частіше стають вибором з-поміж конкурентів (звісно, за умови достойної якості продукції).

На початку квітня 2022 року платформа для розвитку українських дизайнерів БУДЬ в UA провела опитування серед локальних брендів одягу, взуття, та аксесуарів. Мета опитування – дізнатись, як війна змінила сектор fashion дизайну в Україні. Опитування проводилось серед різних категорій брендів. Переважали бренди одягу та аксесуарів з таких міст України як Київ, Харків, Дніпро, Одеса. Всього в опитуванні взяли участь 60+ брендів [4].

Більше 90% опитаних брендів успішно вели свій бізнес до початку війни, стабільно отримували прибуток та планували розвиток бренду у майбутньому. Але з початком бойових дій в Україні все змінилося.

Майже 5% були змушені закрити свій бізнес, а 28% довелося призупинити роботу бренду на невизначений термін. 34% українських дизайнерів планували відновити роботу. Багатьом брендам довелося змінити щоденний лад. Майже 30% опитуваних відшивали одяг для ЗСУ, тероборони та мирних жителів (за власні кошти), 7% додатково завантажили власне виробництво під потреби ЗСУ (оплачувано), 11% – продовжили працювати планово, а 9% – довелося змінити асортимент, ціну, тощо. Окрім того, що деяким брендам довелося звільнити або відправити працівників в неоплачувану відпустку – багато робітників виїхали з країни, переїхали в інше місто або просто фізично не можуть працювати. У перші

місяці війни майже половина дизайнерів зіткнулися з втратою команди, третина втратили грошові заощадження, лише 6% брендів змогли уникнути подібних втрат. Недоотриманий прибуток, не реалізовані плани, втрачена продукція, втрачений попит на продукцію бренду – це все також втрати, які зазнав майже кожен бренд. Проблеми, з якими зустрілися українські дизайнери в перші місяці війни зображені на рис. 1.

Але не зважаючи на всі воєнні складнощі, більшість брендів змогли відновити свою діяльність. Крім того, вже під час війни з'явилися нові вітчизняні бренди одягу (NOTICA, Iam, YaVereta, Liniya, Moon Lingerie, RDNT та інші).

З метою виживання та подальшого розвитку українським брендам одягу в умовах воєнного стану та післявоєнний період слід обирати такі стратегії [3-5]:

- забезпечення конкурентоспроможної ціни при збереженні якості продукції;
- адаптація до змін або закриття виробництва;
- пошук і залучення фінансових ресурсів на пільгових умовах (державні кредити та фінансування, міжнародні гранти).
- виробництво продукції під запит споживачів;
- оптимізація бізнес-процесів;



Рис. 1. Негативні наслідки війни для українських брендів

- вихід на міжнародні ринки;
- колаборація з іншими брендами через відкриття pop-up stores і шоурумів;
- пошук нових виробничих майданчиків з кращими та безпечними умовами (Західна Україна, інші держави тощо);
- вихід в інформаційний простір потенційних партнерів (виставки, ярмарки, благодійні заходи, інші).

**Висновки.** Працювати під час повномасштабної війни для малого та середнього бізнесу – це сміливість. Попри всі складнощі український fashion-бізнес у різний спосіб розвивається - шукає нові можливості в партнерствах, розширенні ринків та залученні клієнтів. Сьогодні бренди «made in Ukraine» стали показником стійкості та незламності українців. За умов швидкої адаптації до змін, задоволення актуальних потреб споживачів та виходу на міжнародні ринки українська модна індустрія зможе не тільки вистояти в умовах війни, а й буде швидко розвиватися.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ринок одягу в Україні: фактори попиту. Електронний ресурс. URL: <http://surl.li/ocqae>
2. Підтримуй своє. 10 українських брендів жіночого одягу. Ціни, розмірна сітка, доставка. Електронний ресурс. URL: <http://surl.li/ocpzv>
3. Як виживають українські бренди одягу під час війни? <https://usp-ltd.org/iak-vyzhyvaiut-ukrainski-brendy-odiahu-pid-chas-vijny/>
4. 4 сценарії розвитку українських брендів під час війни. Електронний ресурс. URL: <http://surl.li/ocqav>
5. Морік О. Як зберегти бізнес виробнику жіночого одягу в умовах війни? URL: <https://blog.liga.net/user/omorik/article/49456>



*Крамаренко Олексій Олександрович*

*аспірант, Київський національний університет будівництва і архітектури,*

*Науковий керівник: Самойленко Антоніна Анатоліївна*

*к. т. н., доц., професор кафедри товарознавства та комерційної*

*діяльності в будівництві*

*Київський національний університет будівництва і архітектури*

*<https://orcid.org/0000-0001-9003-9918>*

## **АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «АЛЛО»**

**Актуальність.** Інтернет міцно входить у сучасне повсякденне життя, коли споживачеві необхідно щось купити, він перш за все звертається до інтернет-ресурсу. Саме там можна знайти все, що потрібно, не виходячи за межі власної кімнати чи офісу. Сьогодні в мережі Інтернет можна знайти всю необхідну інформацію, характеристики, відгуки, рейтинги та швидко придбати майже будь-який товар. Така простота здійснення замовлень, швидкість пошуку необхідних товарів та послуг, широкий вибір продукції є основною конкурентною перевагою електронних продажів у порівнянні з традиційними покупками в магазинах. У роздрібній торгівлі рухом уперед завжди було і буде відкриття нових торгових точок, робота над підвищенням продажів, залученням покупців, тобто все, що призведе до зростання прибутку. Для того щоб відкрити новий магазин потрібні серйозні вкладення, а відкрити та розвивати інтернет магазин можна, витративши порівняно невеликі кошти, при цьому його рентабельність буде набагато вищою. Прибуток у роздрібному магазині залежить від багатьох чинників. Насамперед його розташування, реклами та інших, тоді як інтернет-магазин більше залежить від кількості товарів та їх затребуваність у пошукових запитах. Переваги інтернет-магазину:

- можливість розміщення великої кількості товарів (як у наявності, так і на замовлення);
- загальнодоступність каталогу;
- можливість порівняльного аналізу та підбір за різними якісними характеристиками.

Існує думка, що в інтернет-магазинах товари дешевші, ніж у роздрібних магазинах сьогодні далеко не актуальні. Основною конкурентною перевагою інтернет-торгівлі стає той час, який споживач може заощадити просто

оформивши замовлення та забравши товар у пункті видачі або отримавши його з доставкою додому. А якщо даний товар за будь-якими параметрами не задовольнив споживача – він у будь-який момент може скасувати угоду.

**Мета.** Проаналізувати ефективність логістичних процесів інтернет-магазину «Алло»

**Викладення основного матеріалу.** Компанія «АЛЛО» вважається однією з найбільших роздрібних мереж інтернет-магазинів. Підприємство представлено по всій Україні у вигляді великих та маленьких магазинів. Також «АЛЛО» має свій інтернет-магазин та кур'єрську доставку.

Компанія «АЛЛО» співпрацює з такими світовими виробниками як Apple, Xiaomi, Huawei, Nokia, Samsung, Motorola, LG, Panasonic, Alcatel, Philips, Acer, Asus, Canon, Sony, Kingston, Nikon, Pentax, крім того є офіційним дилером всіх відомих операторів мобільного зв'язку України – ЗАТ «КІЇВСТАР ДЖ ЕС ЕМ», ПрАТ «ВФ Україна», ТОВ «Лайфселл», ЗАТ Телесистеми України (ТМ PEOPLEnet). Товарний асортимент компанії ТОВ «Алло» складається з імпортованих товарів, представлених багатьма відомими брендами: Samsung, Bosch, Philips, Asus, Apple, Sony та інші.

Для більш детального розгляду такого показника як прибуток від реалізації розглянемо його в розрізі товарних категорій представлених ТОВ «Алло» в інтернет-магазині (табл.1) [1]. Аналізуючи табл. 1, слід зазначити, що категорія асортименту смартфони та планшети становить найбільшу частку у формуванні доходів компанії (27-28%) та з кожним роком виручка за цією категорією збільшується. Найбільший темп зростання спостерігається у таких категоріях як смарт-гаджети та ноутбуки, планшети, персональні комп'ютери.

Як було зазначено раніше, логістична система є складною, структурованою, адаптивною економічною системою зі зворотним зв'язком, що складається з підсистем. Такими підсистемами в інтернет-магазині ТОВ «Алло» виступають: закупівля товарів, транспортування та доставка товарів, зберігання товарів та продаж товарів. Виходячи з цього, можна відзначити, що виконання безпосередньо логістичних функцій зосереджено у комерційній (відділ закупівель, відділ продажу) та інфраструктурній (транспортний відділ та складські приміщення) службах інтернет-магазину ТОВ «Алло» [1].

Таблиця 1

Виручка від реалізації ТОВ «Алло» за основними товарними категоріями  
у 2019-2021 рр. (грн.) [1]

Найменування категорії асортименту	Прибуток від реалізації, грн..			Відхилення 2021/2020
	2019	2020	2021	
Смартфони та телефони	2714251,83	2710394,84	2859447,43	5,50%
Кухонна техніка	1071224,72	1129625,64	1338947,61	18,53%
Ноутбуки, планшети, ПК	875798,59	880967,62	1036453,36	17,65%
Телевізори та аудіотехніка	891722,20	820970,84	820674,54	-0,04%
Техніка для дому	731038,49	726117,85	616521,07	-15,09%
Смарт-гаджети	369138,25	390638,77	307716,38	-21,23%
Фото, відео, авто	188188,13	217140,15	242669,62	11,76%
Краса та здоров'я	209902,14	210319,39	195681,57	-6,96%
Посуд	91198,86	72523,93	81176,11	11,93%
Інструменти	95541,66	93693,60	65388,05	-30,21%
Разом	7238004,89	7252392,62	7564675,75	4,31%

Оцінку якості логістичних процесів, що надаються покупцям, можна здійснювали за допомогою опитування. Опитувальний лист включав набір сервісних послуг, а покупцям пропонувалося відзначити послуги, якими вони користувалися та оцінити за 5-бальною шкалою якість послуг. Усього було опитано 100 покупців. Результати опитування представлені у табл. 2. Аналіз, представлений у табл. 2, показав, що якість сервісних послуг Інтернет-магазину ТОВ «Алло» знаходиться на прийнятному рівні, проте більшість респондентів не влаштовує швидкість та якість доставки замовлення, що пов'язане з недостатньою кількістю власних автомобілів.

Таблиця 2

Результати оцінки покупцями якості сервісного обслуговування в Інтернет-магазині ТОВ «Алло»

Критерії оцінювання	Середня оцінка якості наданих послуг
1. Якість товару	4,6
2. Подання товару на вітрині Інтернет-магазину	4,2
3. Наявність товару на момент обігу	4,2
4. Швидкість та якість доставки товару	4,1
5. Якість обслуговування у місцях самовивезення	4,2

Разом з тим, в анкету, відповідно до якої здійснювалося опитування, було включено питання щодо доцільності розширення послуг, які надає даний Інтернет-магазин. Кількість опитаних покупців, які ствердно відповіли на це питання, становить 32%. Виходячи з цього необхідно розглянути альтернативи розширення спектра послуг, що надаються покупцям. Це покращить організацію логістичної системи інтернет-магазину ТОВ «Алло».

**Висновки.** На основі нашого дослідження було встановлено, що однією з найважливіших конкурентних переваг для Інтернет-магазинів (особливо в нашій країні) є добре організована логістика. Так як Інтернет-магазини в основному працюють на доставку, вкрай важливо дотримуватись правила 7R – потрібна продукція, у належній якості, у правильній кількості, у встановлений час, у необхідне місце, конкретному споживачеві, з оптимальними витратами. Однак далеко не всі учасники інтернет-комерції можуть забезпечити своїм клієнтам виконання всіх цих вимог.

#### ***Список використаних джерел:***

1. *Офіційний сайт компанії «Алло». URL: Режим доступу: <https://www.allo.com/ua/uk/> (дата зверення: 30.10.2023).*

*Луців Наталія Василівна,*

*к.т.н., доцент, Львівський національний університет імені Івана Франка*

*<https://orcid.org/0000-0003-2880-1478>*

*Цупріян Мар'ян Володимирович,*

*бакалавр, Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ В УКРАЇНІ**

Український будівельний ринок пропонує споживачам широкий асортимент керамічної плитки вітчизняного та закордонного виробництва. Це екологічно чистий та надійний матеріал, який має тривалий термін експлуатації та використовується під час зовнішніх та внутрішніх оздоблювальних робіт. Кожен покупець прагне вибрати для себе оптимальний варіант серед пропонованого на ринку різноманіття асортименту керамічної плитки, звертаючи увагу на популярність і репутацію виробника та співвідношення ціна/якість. Водночас якість керамічних виробів в основному залежить від сировини та виробничих процесів. Основною сировиною для виготовлення плитки є глина, яка різниться за кольором і структурою залежно від місця її видобутку. Так само і з технологією виготовлення - кожна компанія має свої тонкощі виробництва і різні категорії обладнання. [7] Україна має хорошу сировинну базу для виготовлення керамічної плитки, давні традиції її виготовлення, кваліфікованих фахівців в даній галузі.

В Україні до початку російського вторгнення щорічно вироблялося близько 50 млн. м<sup>2</sup> керамічної плитки та плит (рис. 1), значна частина з яких експортувалася. Потреба у післявоєнній відбудові та реконструкції може подвоїти попит на кераміку.

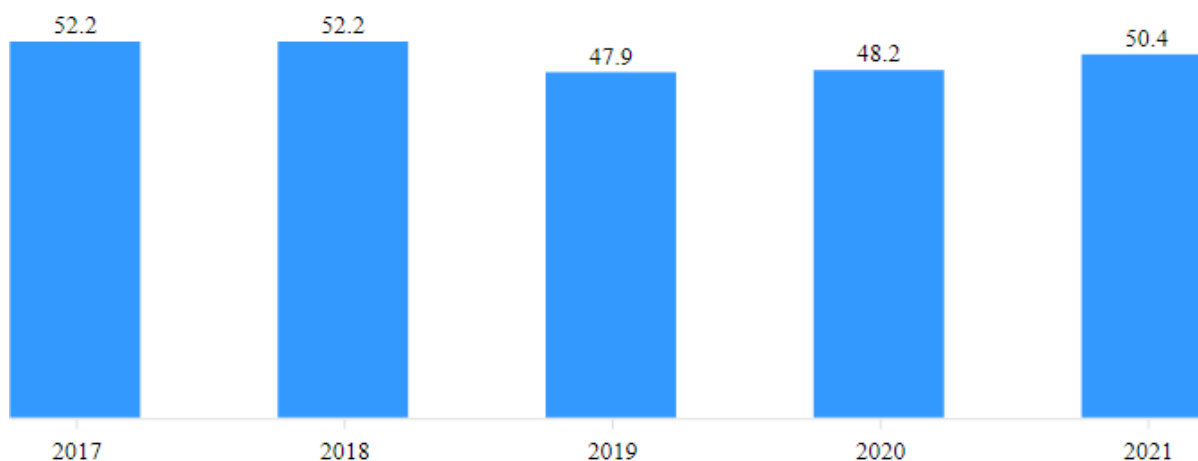


Рис. 1. Обсяги реалізації керамічної плитки українського виробництва в 2017-2021 роках, млн. м<sup>2</sup> [3]

Лідерами виробництва керамічної плитки в Україні є ТОВ «Атем Груп» (м. Київ), ПрАТ «Харківський плитковий завод», ТОВ «Cersanit Invest» (Житомирська обл.), ТОВ «Інтеркерама» (Дніпропетровська обл.) та компанія Epicentr Ceramic Corporation (заводи в Київській та Івано-Франківській обл.), сукупна частка яких складає більше 90% від загального обсягу виробленої плитки (табл. 1). [1, с. 44; 2, с. 149; 6, с. 32] На жаль, один з сучасних заводів з виробництва керамічної плитки Zeus Ceramica, що працював в м. Словянськ Донецької обл., у травні 2023р. був знищений російськими ракетами. До великої війни цей виробник щорічно виготовляв 4,5 млн. м<sup>2</sup> плитки, 40 % якої експортувалося в Європу та США. [4]

Таблиця 1

Найбільші вітчизняні виробники керамічної плитки в Україні [6]

Назва	Місто/регіон	Частка в загальному об'ємі випуску, у %	
		2019р.	2020р.
Атем, ТОВ	Київ	30,3	28,5
Голден Тайл, ТОВ	Харків	30,0	28,0
Церсаніт Інвест, ТОВ	Житомирська	19,7	18,1
ІнтерКерама, ЗАТ	Дніпропетровська обл.	12,9	12,0
Епіцентр, ПрАТ	Закарпатська обл., Київська обл.	2,6	9,0
Зевс Кераміка, АТ	Донецька обл.	4,3	4,0
Інші виробники		0,2	0,2

До повномасштабного вторгнення країни-агресора в Україну головною тенденцією керамічної галузі було скорочення імпорту завдяки розвитку вітчизняної індустрії. Українська керамічна плитка не поступається

європейським аналогам, оскільки її конкурентоспроможність забезпечується застосуванням інноваційних розробок та якісної сировини. Відомо, що українська червона глина, каолін та пісок високо цінуються у Європі. [7] Останніми роками актуальності набуло виробництво плитки з власної сировини на передовому італійському обладнанні та з залученням іноземних дизайнерів. Такий підхід дозволив пропонувати покупцям високоякісну продукцію за доступною ціною як в Україні, так і на зовнішніх ринках.

На рис. 2 наведено динаміку зовнішньої торгівлі плиткою керамічною в Україні в 2019 – 2023 роках, з якого видно, що імпорт керамічної плитки в Україну з початком війни знизився вдвічі, а її експорт з України - в 5 разів.

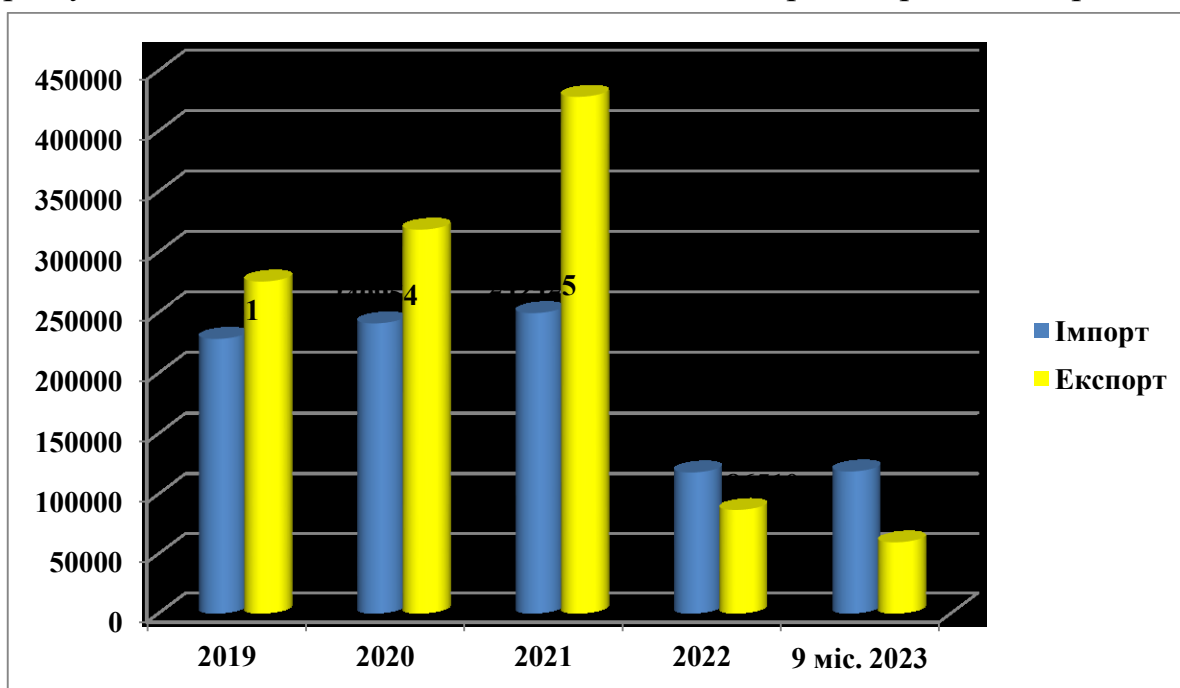


Рис. 2. Зовнішня торгівля керамічною плиткою в Україні в 2019 – 2023 рр., т [5]

На сьогодні ситуація з виробництвом керамічної плитки в нашій країні значно погіршилася через ракетні атаки по українських підприємствах, погіршення економічного стану в країні, зниження купівельної спроможності в країні. Очікується, що до стабілізації ситуації потреби українського ринку в значній мірі покриватимуться шляхом імпорту. Найбільшими імпортерами керамічної плитки в Україну, як і раніше, залишаються Польща, Іспанія, Італія, Індія (табл. 2). Також на ринку представлено товари з інших країн – Китаю, Чехії, Туреччини, Португалії, Великобританії, Нідерландів, Німеччини.

Таблиця 2

Основні країни-постачальники керамічної плитки (код УКТЗЕД 6907) в Україну в 2021 – 2023 роках [5]

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2021р.	2022р.	9 міс. 2023р.	2021р.	2022р.	9 міс. 2023р.
Польща	44916	28793	35895	34,93	40,16	45,13
Іспанія	29982	16032	16461	23,32	22,36	20,69
Італія	18665	7582	*	14,51	10,58	*
Індія	*	*	7713	*	*	9,70
Інші	35032	19282	19476	27,24	25,90	24,48

\* - немає даних

Українська керамічна плитка в найбільших обсягах в 2021 – 2023 роках експортувалася до Польщі, Молдови, США, Румунії, і, як не дивно, особливо в 2022 році, коли вже почалося велике вторгнення Росії в Україну, - до Російської Федерації (табл. 3).

Таблиця 3

Основні країни-імпортери керамічної плитки (код УКТЗЕД 6907) в Україну в 2021 – 2023 роках [5]

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2021р.	2022р.	9 міс. 2023р.	2021р.	2022р.	9 міс. 2023р.
Російська Федерація	46019	4315	*	38,01	14,64	*
Польща	16028	8745	9222	13,24	29,67	48,72
США	11338	*	*	9,37	*	*
Молдова	*	4950	5108	*	16,8	26,98
Румунія	*	*	1690	*	*	8,93
Інші	47670	11460	2910	39,38	38,89	15,37

\* - немає даних

Подальші перспективи ринку керамічної плитки в Україні пов'язані з необхідністю будівництва житла для переселенців на даний час і відновленням країни після припинення військових дій. Важливим при цьому буде швидке відновлення вітчизняного виробництва, зупиненого через перебування на окупованій території або поблизу лінії фронту, а також будівництво нових підприємств для забезпечення потреб післявоєнної відбудови.



### **Список використаних джерел:**

1. Котуранова Т.В., Котенко А.В. (2020). Стан та перспективи розвитку ринку керамічних матеріалів. *Економічний простір*. 2020. № 161. С. 43-48. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/161-7>
2. Луців Н.В., Тис М.С. Товарознавчі аспекти дослідження вітчизняного ринку керамічної плитки. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Вип. 27(3). С. 148–153.
3. Ринок будівельних матеріалів. Тенденції розвитку ринку керамічної плитки. URL: <https://construction-market.korfor.com.ua/rynok-keramichnoi-plytky/>
4. Слов'янський Фенікс. URL: <https://forbes.ua/business/slovyanskiy-feniks-rosiyski-raketi-zruynivali-zavod-z-virobnitstva-keramichnoi-plitki-zeus-ceramica-yak-vin-plamie-povstati-z-ruin-14082023-15410>
5. Статистика та реєстри. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri>
6. Юдічева О., Захарченко П., Войтенко С., Кулік А., Самойленко А. Стан та перспективи розвитку ринку керамічної плитки в Україні. *SWorldJournal*. 2022. № 4 (11-04), С. 29–37. <https://doi.org/10.30888/2663-5712.2022-11-04-031>
7. *Impulse Consulting Company*. Аналіз імпорту керамічної плитки до України у 2022-4міс. 2023р. URL: <https://www.impulse-consulting.com.ua/>

*Ляліна Наталя Петрівна,*

*д.т.н., проф., Київський національний університет будівництва і архітектури,*

*Мороз Олег Іванович,*

*аспірант, Київський національний університет будівництва і архітектури,*

## **АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ВИКОРИСТАННЯ КОНОПЛЯНОЇ СИРОВИНИ В БУДІВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

**Актуальність.** Сучасний стан будівельної галузі та попит населення на якісне та безпечне житло змушує використовувати ресурсозберігаючі технології в будівництві та новітні (екологічні) будівельні матеріали. Перспективною сировиною для виготовлення інноваційних будівельних матеріалів можуть бути технічні коноплі, які мають широке застосування в інших країнах світу в різних галузях промисловості. Розвиток і підтримка державою коноплепереробної галузі, а також підприємців, які виготовляють товари різного функціонального призначення з конопель, забезпечить умови для об'єднання аграрної сфери та будівельної галузі для створення повністю замкнутих ланцюжків (вирощування – переробка - кінцевий виріб з високою доданою вартістю), тобто побудову замкнутого циклу виробництва.

Вивчення будівельного ринку України та дослідження фізико-технічних властивостей конопель для визначення максимально рентабельного напрямку використання конопляної сировини в якості ефективної основи для створення будівельних матеріалів різного призначення є основною **метою** представлених досліджень.

У пошуках стійких екологічних способів спорудження будівель або стаціонарних конструкцій архітектори в економічно розвинених країнах світу дедалі частіше звертаються до такого природного ресурсу, як коноплі, які можна перетворити на різноманітні будівельні матеріали, що користуються попитом на сучасному ринку. У той же самий час будівельна індустрія шукає менш вуглецевоємні матеріали, і саме костьобетон стає цікавою альтернативою з численними перевагами його використання під час зведення будівель і споруд[1].

Упродовж понад ста років бетон є одним із найпопулярніших матеріалів у будівництві та найбільш використовуваним складником в будівельній галузі після води. Наприклад, тільки 2021 року для зведення житлових будинків,

комерційних будівель і об'єктів інфраструктури було вироблено приблизно 4,4 млрд. тон різних марок бетону.

Водночас бетон є одним із продуктів, що чинить найбільший негативний вплив на навколишнє середовище. На його виробництво припадає близько 8% викидів CO<sub>2</sub> у світі, і тому впродовж останніх кількох десятиліть ведуться активні пошуки використання екологічних будівельних матеріалів. Одним з таких матеріалів може бути конопляний арболіт (костробетон) - матеріал, що виготовляється з конопляної костри, води та вапна, який ефективно зможе замінити бетон.

Конопляний арболіт або вироби, які виготовляють на його основі, мають кращі фізико-механічні показники (звукоізоляція та вологопоглинання), порівнюючи з традиційними матеріалами. Крім того, хімічний склад та особливі властивості технічних конопель забезпечують комфортний мікроклімат у приміщенні. На відміну від традиційного бетону, костробетон повністю придатний для повторного використання.

Іншим напрямком використання конопляної сировини – меблева промисловість. На сьогоднішній день у будівництві та меблевій промисловості використовуються листові матеріали (ДСП, OSB-панелі), які виготовляються із неякісної деревини або відходів деревообробки. Підвищений попит на деревину впливає на її ціну і тим самим сприяє зростанню інтересу до сировини, яка може бути використана як часткова або повна заміна деревини у виробництві ДСП [2].

Нещодавно ухвалена стратегія Європейського Союзу, спрямована, зокрема, на скорочення вирубки дерев на 25%, поставила низку нових завдань перед лісовою та меблевою промисловістю Європи. Європейський курс на розвиток "зеленої економіки" до 2030 року не лише обмежує доступність природних ресурсів, а й постійно контролюватиме їхнє придбання. Тому розробка інноваційних та більш екологічних рішень для отримання альтернативних матеріалів, що використовуються як традиційна деревина, стала пріоритетом для низки галузей, причому насамперед це стосується саме конопляної галузі.

Загальновідомо, що коноплі є лубноволокнистою культурою, яка має високі показники міцності та гнучкості, що є дуже важливим критерієм для використання у меблевій промисловості. Додатковою перевагою конопляної сировини є широка доступність, а також географія вирощування конопляної рослини, що в поєднанні зі швидким ростом рослин гарантує практично необмежений доступ до сировини.

Сучасні дослідження науковців спрямовані на розробку технологій

виготовлення пиломатеріалів із конопляної сировини і інтерес з боку найбільших меблевих брендів до цих напрацювань надзвичайно високий [3]. Незважаючи на те, що загальносвітовому меблевому ринку пропонується ще кілька альтернатив, спрямованих на заміщення традиційної деревної сировини на інші рослинні матеріали (наприклад, бамбук), коноплі значно виграють з точки зору екологічності. Для виробництва "бамбукової деревини" використовується велика кількість хімікатів (зокрема клейові суміші), які не завжди відповідають показникам екологічності [4]. У випадку з конопляним пиломатеріалом весь процес виробництва напівфабрикатів може ґрунтуватися тільки на природній обробці та модифікації властивостей рослини, що є явною комерційною перевагою для представників меблевої промисловості.

Виходячи з вищевикладеного, можна стверджувати, що використання конопляних напівфабрикатів у меблевій промисловості та конопляної сировини у будівельній галузі стане найкращим і перспективним напрямом до екологізації, створення інноваційних будівельних матеріалів та технологій в будівництві та заміщення традиційної деревинної сировини.

#### **Список використаних джерел:**

1. Tudor, E.M.; Scheriau, C.; Barbu, M.C.; Réh, R.; Krišťák, L.; Schnabel, T. *Enhanced Resistance to Fire of the Bark-Based Panels Bonded with Clay. Appl. Sci.* 2020, 10, 5594.
2. Grigorov, R.; Savov, V.; Alexandrov, S. *Properties of Particleboards with the Participation of Hemp and Vine Particles in the Core Layer-Part I: Effect of the Composition. Innov. Woodwork. Ind. Eng. Des.* 2022, 21, 47–56.
3. Lee, S.H.; Lum, W.C.; Boon, J.G.; Kristak, L.; Antov, P.; Pędzik, M.; Rogoziński, T.; Taghiyari, H.R.; Lubis, M.A.R.; Fatriasari, W.; et al. *Particleboard from Agricultural Biomass and Recycled Wood Waste: A Review. J. Mater. Res. Technol.* 2022, 20, 4630–4658.
4. Pirayesh, H.; Khazaeian, A.; Tabarsa, T. *The Potential for Using Walnut (Juglans regia L.) Shell as a Raw Material for Wood-Based Particleboard Manufacturing. Compos. B Eng.* 2012, 43, 3276–3280.

**Marchenko D. E.,**

*Master's degree, Kyiv National University of Construction and Architecture*

*Scientific supervisor: **Marchenko S.M.,***

*Doctor of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the  
Department of Merchandising and Commercial Activity in Construction,*

*Kyiv National University of Construction and Architecture*

<https://orcid.org/0000-0001-9451-4798>

## **INNOVATIVE APPROACH TO THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE RETAIL NETWORK IN MODERN CONDITIONS**

**Topicality.** Digitalization is one of the most important factors in the economic growth of enterprises in the modern world. This is because the use of digital technologies allows enterprises to increase productivity, reduce costs, improve the quality of products and services, as well as develop new areas of activity. The process of digitization covers many aspects of business, including automation of business processes, use of cloud technologies, development of mobile applications and websites, data analytics, artificial intelligence, block chain and other digital tools. The use of these tools allows enterprises to interact more effectively with customers and suppliers, optimize production processes, reduce time to develop and launch new products and services, increase profits and develop new business models.

**Goal.** The main goal of digitalization of retail enterprises is to achieve improvements in many aspects of their work, ensure competitiveness and the ability to adapt to changes in the business environment, which contributes to increasing the efficiency of business processes, optimizing inventory management, improving customer service, creating an Omni channel experience for customers, increasing the accuracy of analytics, promotion of innovative development, adaptation to changes in the market environment, etc.

**Presentation of the main material.** Digitalization is becoming a necessary condition for the effective functioning of enterprises in the modern world and is a key factor in their economic development, as it allows enterprises to improve their efficiency and competitiveness. The introduction of digital technologies allows you to automate business processes, reduce the time and costs of their implementation, and improve the quality of products and services. In addition, digitalization allows businesses to improve communication with their customers, promotes the development of e-commerce and increases the level of customer satisfaction. Industry 4.0 is a

concept based on the use of digital technologies and information systems to automate production processes. This means using the Internet of Things, artificial intelligence, big data processing and other digital technologies to create a "smart" production system. In the context of digitalization, this means the replacement of traditional production processes with automated and digital ones, which allows reducing costs, increase quality and speed of production.

Swiss economist Klaus Schwab reveals additional advantages of "digitalization", namely [1, p. 23]:

- The rapid growth of innovations, which will lead to a noticeable improvement in efficiency, productivity, as well as cost minimization;
- The rapid growth of data and the ability to use modern technologies, which will contribute to the involvement of various layers and provide development in many aspects;
- Artificial intelligence in all spheres of life, vivid examples of which are observed today: from mass robotics to biotechnology.

Transformations in the information environment include technological, social, economic aspects of life, and may be related to the labor market, human identity, etc. It was progressive solutions that led to the emergence of the Fourth Industrial Revolution (The Fourth Industrial Revolution 4.0), the basis of which is the adoption of new management decisions and the introduction of personalized mass production products based on the Agile principle. The number of mid-level managers is significantly decreasing, which is accompanied by a reduction in the volume of daily operations and the emergence of new employee qualifications [2, p. 24].

Digitalization covers a number of constituent elements, namely [3, p.113]:

1. Cyber-physical systems (CFS) are complex systems that combine physical processes and cybernetic systems that interact with each other in real time. Such systems provide interaction between the physical and cybernetic worlds, providing increased automation and efficiency of processes in production, transport, medicine, construction, as well as in other fields of activity. CFS can include such components as sensors, actuators, controllers, communication networks, software, and databases.

2. 3D printing (three-dimensional printing) is the process of creating three-dimensional objects by sequentially applying layers of material to a moving base or surface. Creating a 3D model requires software that converts digital data into instructions for a 3D printer, which recognizes those instructions and applies the material accordingly to form the object. 3D printing is used in many industries, including industry, medicine, design, education, and construction. It allows the

production of complex parts that cannot be produced by other methods, and reduces production costs and production time.

3. Robotics is a branch of engineering that studies the creation, design and application of robots. A robot is a mechanical or electronic device that can perform a variety of tasks without human intervention. Robots can be programmed to perform certain operations, including gathering and processing information, moving objects, assembly and welding, as well as medical procedures and others. Robotics is widely used in industry, medicine, science, education and other fields. Thanks to robots, you can increase productivity, reduce costs and improve the quality of tasks.

4. Big data - includes a set of technologies and methods that make it possible to analyze and process information, both structured and unstructured, to obtain qualitative and new knowledge. These data cannot be processed by traditional methods due to their rather large volume.

5. The Internet of Things is a global network of physical devices connected to the Internet, namely "things" with sensors, sensors capable of transmitting and exchanging information through common control, management and information processing centers

In Ukraine, digital transformation is taking place at a somewhat slower pace compared to the Western market. However, analyzing the global research of the Riverbed Technology company in nine developed countries, such as the USA, Brazil, Germany, France, China, Singapore, India, Great Britain, Australia (the objects of the survey were enterprises in the field of sales, transport, industry, security health), 95% of respondents stated that they are currently unable to implement digitization in their own business processes. First, limited budget and outdated network infrastructure are the main problems in the way of digital transformation. The negative factors also include the non-transparency of the work of end users, low qualification of personnel and low interest of management in conducting digital initiatives [4, p. 3]. In addition, the growth rate of development of digitalization as an innovative direction depends on the country's institutional environment, which concerns state policy, legislative and regulatory acts, and fiscal instruments.

Thanks to digital transformations, the efficiency of business processes increases. For the ability to quickly and flexibly adapt to changes, there is a need to use cloud platforms, which makes it possible not only to accelerate work processes and data integration, but also to improve analytical processes and the preparation of corporate reporting, while the external advantage of innovative business digitalization is the ability to adapt and reproduce products or services taking into account the requests and expectations of end users. Enterprises are increasingly moving from "target audience"

to personalization of production, thereby providing new competitive advantages and customer loyalty.

**Conclusions.** Business development depends on many factors, but all market players will have to change much faster in terms of digital transformations than is happening today. The variability of the external environment requires the company to constantly comply with all global trends and standards, to ensure competitive advantages, which will allow long-term and stable support of business activities. The feasibility of digital transformation is determined by the speed and understanding of consumers, by establishing a system of effective communication flows.

### References:

1. Schwab K. *The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond*. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/> (дата звернення 04. 04. 2023)

2. Стратегія розвитку «Індустрія 4.0». Асоціація підприємств промислової автоматизації України. Грудень 2019. 78 с. URL: <https://appau.org.ua/en/category/pubs> (дата звернення 05. 04. 2023)

3. Гуренко А.В., Гашутіна О.Е. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2022. №19. С. 739-745. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/19\\_ukr/113.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/113.pdf) (дата звернення 07. 04. 2023)

4. *Riverbed Technology: 95% компаній не готові до цифрової трансформації*. URL: [https://www.pcweek.ua/themes/detail.php?ID=156965&sphrase\\_id=81091](https://www.pcweek.ua/themes/detail.php?ID=156965&sphrase_id=81091) (дата звернення 06. 04. 2023)



*Морозова Дар'я Сергіївна,  
студентка ВСП Київський індустріальний фаховий коледж КНУБА*

*Швидун Юлія Володимирівна,  
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист  
ВСП Київський індустріальний фаховий коледж КНУБА*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ**

**Актуальність.** Дослідженню проблем сучасного стану та розвитку банківської системи України присвячено праці багатьох провідних вчених та практиків, зокрема О. Барановського, А. Вожжова, В. Гейця, О. Дзюблюка, А. Єпіфанова, С. Козьменка, В. Міщенко, М. Савлука, О. Сугоняко, Н. Шелудько та інших, які в своїх роботах розглядали або якісь окремі проблеми розвитку українських банків, або окремі аспекти їх розвитку в умовах активізації інтеграційно-глобалізаційних процесів та кризи. Проте додаткової уваги потребує дослідження сучасного стану та розвитку банківської системи України в контексті забезпечення безперервності відтворювальних процесів.

**Мета.** дослідження сучасного стану та розвитку банківської системи України в контексті забезпечення безперервності відтворювальних процесів, розгляд комплексу заходів, що спрямовані на підтримку стійкого стану вітчизняних фінансово-кредитних установ, своєчасної нейтралізації і запобігання розвитку дестабілізуючих тенденцій.

Банківська система кожної держави з її особливими рисами є складовим елементом світової банківської системи. Тому всі зміни, які відбуваються в світовій банківській системі, позначаються на функціонуванні національної банківської системи [4]. Слід визначити глобальний характер світових банківських тенденцій, які є результатом інтеграційних процесів та процесів

Однією з складових елементів розвитку банківської системи останніх років є збільшення інноваційних технологій, які мають значний вплив на весь спектр світової банківської справи [4].

На сьогодні цифрові технології сприймаються як інструмент, за яким стоїть майбутнє більшості сфер життя людей. Банківська сфера не виняток, за останній рік вона зазнала значних змін під впливом пандемії Ковід-19 та військового стану [2].

Карантинні обмеження змусили українські банківські установи прискорити чи вперше перейти до процесу діджиталізації. У результаті пандемія змусила банки перейти на дистанційне обслуговування клієнтів за допомогою цифрового банкінгу, тим самим створивши для них мету для розвитку діджиталізації [2].

Вплив глобальної пандемії Ковід-19 на банківську сферу став справжнім катализатором її діджиталізації, значно прискоривши її розвиток та змусивши банківські установи перейти в онлайн-формат, для відповідності потребам суспільства та розвиватися у довгостроковій перспективі [2].

Діджиталізація - загальний термін для позначення цифрової трансформації суспільства та економіки. Він описує перехід від індустріальної епохи й аналогових технологій до епохи знань і творчості, що характеризується цифровими технологіями та інноваціями в цифровому бізнесі [5].

Сучасні банки залучають доволі значний асортимент послуг, які з'єднані спільним терміном – дистанційне банківське обслуговування. Привілей такого сервісу являється надання послуг споживача механізмом телекомунікацій без особистого відвідування банку. Покращуючи та удосконалюючи дистанційне банківське обслуговування, банк має нагоду покращити рівень продуктивності своєї діяльності і отримати на додаток переваги для бізнесу за допомогою продажу банківських послуг та привертанням уваги нових, при цьому клієнт отримує банківські послуги дуже швидко та ефективно. Головним інструментом для відтворення дистанційних банківських послуг являється цифровий банкінг або інтернет-банкінг [1].

У наслідок карантинних обмежень свої інтернет-банкінги почали (або здійснили повний ребрендинг додатків) такі банківські установи, як Креді Агріколь, АльфаБанк Україна, Кредобанк, Правекс Банк, Банк Південний, Укргазбанк та інші [2].

Всесвітня тенденція торкнулась і українців, які з початком особливостей карантинних обмежень повномірно перейшли в онлайн. Саме у наслідок Ковід-19 цифровий попит затьмарив фізичний [2]. Це свідчить про те, що українці готові на зміни і прагнуть використовувати сучасні технології.

Банківська сфера постійно розвивається, та постійно вимагає удосконалення, головними перспективами та тенденціями, які найефективніше впливають на банківську систему у майбутньому:

Використання біометричного захисту. Задля збереження кращої безпеки банківських даних, використання сканера відбитка пальця, обличчя, або розпізнавання райдужки клієнтів, такі прийоми дають більш надійну гарантію

збереження коштів, та зменшення вірогідності шахрайства [5].

Здійснення транзакції без карток. Тенденція використання карток є застарілою, тому що, більшість людей використовує способи оплати за допомогою смартфона такими додатками як Apple Pay та Google Pay [2].

Кооперація з компаніями. Співпраця з відомими брендами (продукти, одяг, електроніка та інша продукція) репрезентувала себе як вдалий метод поширення банків. Банки мають змогу надавати своїм клієнтам особисті знижки на продукцію, накопичення бонусів або кешбеки, які можна контролювати у мобільному додатку [2].

Дизайн, та зручність. Цифрові технології стрімко розвиваються, а клієнти стають більш прискіпливими у своїх уподобаннях, банкам доцільно звернути увагу на дизайн та зручності під час розробки цифрових банкінгів [2].

Зародження цифрових банків. Необанк (також відомий як Інтернет-банк, віртуальний банк або цифровий банк) — це тип прямого банку, який працює виключно в Інтернеті без традиційних фізичних мереж філій [3].

**Висновки.** Результати проведеного дослідження сучасного стану та розвитку банківської системи України свідчать про наявність у банків певних проблем, зокрема з ліквідністю та прибутковістю, що вкрай негативно впливає на забезпечення безперервності перебігу відтворювальних процесів банківських установ і в той же час обмежує їх можливості щодо інвестування коштів в економіку країни й забезпечення тим самим безперервності відтворення на усіх його стадіях. Розглянуто комплекс заходів, спрямований на підтримку стійкого стану вітчизняних фінансово-кредитних установ, своєчасної нейтралізації і запобігання розвитку дестабілізуючих тенденцій, що сприятиме створенню передумов економічної стійкості і стабільному розвитку банківської системи України на довгостроковій основі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бабенко М. Платимо онлайн. Обираємо кращий інтернет банкінг для фізосіб. Інтернет журнал Focus. 2020. URL:<https://focus.ua/ukraine/466712-platim-onlajn-vybiraem-luchshiy-internet-bank> (дата звернення 13.01.2021).

2. Завербний А.С, Сокульський Н. Р. Пандемія як каталізатор цифровізації банківської системи в Україні. URL:<http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7298&i=0>

3. Необанк. URL: <http://surl.li/ocpnh>

4. Павлюк Е.А. Современные тенденции развития мировой банковской

*системы. 2014. С. 1-2. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_09/165.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_09/165.pdf)*

5. *Поняття діджиталізації бізнесу: сфери і необхідність. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/business-digitalization.html>*

*Неспірний Богдан,  
магістр, Київський університет імені Бориса Грінченка  
Науковий керівник: Кожем'якіна С.М.,  
д.е.н., професор, професор кафедри управління,  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
<https://orcid.org/0000-0002-1314-0841>*

## **ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА**

В умовах складної і динамічної ринкової економіки для стійкості і підтримки високого рівня конкурентоспроможності її учасникам необхідна постійна робота з усіх основних аспектів формування, розподілу і використання прибутку на підприємстві. Адже саме прибуток є основним джерелом фінансування діяльності суб'єкта господарювання, задоволення фінансових інтересів власників підприємства, його співробітників і держави. Оцінка управління прибутком є важливим елементом стратегічного аналізу та планування підприємства, що допоможе визначити проблемні сфери та розробити відповідні заходи для покращення фінансової стійкості та результативності діяльності компанії [1].

Публічне акціонерне товариство «Завод скловиробів» (ПРАТ «Завод скловиробів») спеціалізується на виробництві різноманітних скловиробів, включаючи вікна, дзеркала, посуд, скляні упаковки та інші вироби [2]. Основні завдання ПРАТ «Завод скловиробів» в сфері управління прибутком включають:

1. Підвищення обсягів продажів. Розвиток стратегій маркетингу, реклами, та продажу, щоб збільшити обсяги реалізації продукції та послуг. Це може включати пошук нових ринків збуту, вдосконалення дистрибуції, та залучення нових клієнтів.

2. Ефективне управління виробництвом. Оптимізація процесів виробництва, зниження собівартості та оптимізація використання ресурсів. Впровадження сучасних технологій та автоматизації для підвищення продуктивності.

3. Управління запасами. Раціональне управління запасами сировини, матеріалів та готової продукції, щоб уникнути перевищення запасів і зниження затрат.

4. Керування дебіторською заборгованістю. Моніторинг та оптимізація

платіжних термінів з клієнтами, уникнення простроченої заборгованості та узгодження умов платежів.

5. Ефективний фінансовий менеджмент. Оцінка фінансових ризиків, раціональне розподілення фінансових ресурсів, зниження фінансових витрат і оптимізація податкових стратегій [3].

Підрозділи ПрАТ «Завод скловиробів», які займаються управлінням прибутком, виконують ряд важливих функцій для забезпечення ефективного фінансового результату компанії. Основні функції цих підрозділів наведено у табл. 1.

Таблиця 1.

Функції підрозділів ПрАТ «Завод скловиробів», які займаються управлінням прибутком

Підрозділ	Функція
Дирекція	Загальне керівництво компанії визначає стратегічні напрямки розвитку, встановлює цілі та завдання для підрозділів управління прибутком. Вони відповідають за прийняття стратегічних рішень, спрямованих на збільшення прибутку компанії
Маркетинговий відділ	Маркетинговий відділ аналізує ринкові умови і попит на продукцію компанії. Вони визначають стратегії ціноутворення, промоакцій та реклами для збільшення обсягів продажу та доходу.
Відділ продажів	Відділ продажів забезпечує реалізацію продукції компанії та контролює виконання планів збуту. Вони працюють з клієнтами, укладають угоди і договори, що сприяє збільшенню прибутку.
Фінансовий відділ	Відділ фінансів відповідає за складання бюджету, контроль над фінансовими операціями, фінансовий аналіз та прогнозування прибутку. Вони вивчають фінансові показники, розраховують прибутковість і рентабельність, спрямовують увагу на ефективне використання ресурсів.
Логістичний відділ	Логістичний відділ оптимізує ланцюжок поставок та складську логістику, що дозволяє знижувати витрати та забезпечувати вчасну поставку продукції.

Підрозділи працюють спільно, щоб забезпечити ефективне управління прибутком, збільшення прибутковості і стабільний фінансовий стан компанії. Для оцінки організації управління прибутком у ПрАТ «Завод скловиробів» створено спеціальну діагностичну форму, в якій враховуються різні фактори залежно від їх вагомості. Оцінки застосовуються за допомогою 10-бальної шкали, яка дозволяє більш точно оцінити ефективність управління прибутком (табл. 2).

Таблиця 2.

## Оцінка організації управління прибутком у ПрАТ «Завод скловиробів»

Фактори, що впливають на управління прибутком	Вагомість	Оцінка	Зважена оцінка
Продуктивність виробничих процесів	0,15	9	1,35
Маркетингові стратегії	0,12	7	0,84
Ефективність управління запасами	0,18	8	1,44
Управління дебіторською заборгованістю	0,15	9	1,35
Ефективність використання капіталу	0,25	6	1,5
Фінансове планування та контроль	0,15	6	0,9
Разом	1	-	7,38

Кожний фактор (фактори, що впливають на управління прибутком) отримав оцінку з використанням шкали від 1 до 10, де 1 – низький рівень управління прибутком, а 10 – високий рівень управління прибутком.

Для кожного фактора була визначена вагомість (значення від 0 до 1), що вказує на важливість цих факторів для ефективного управління прибутком в компанії. Зважена оцінка була розрахована шляхом перемноження оцінки на вагомість, що дозволяє отримати загальну оцінку ефективності управління прибутком для кожного фактора.

Такий аналіз допомагає ідентифікувати ключові фактори, які мають найбільший вплив на управління прибутком, та зосередитися на вдосконаленні діяльності цих факторів для забезпечення більш ефективного управління прибутком компанії.

Згідно з таблицею 2, була проведена оцінка організації управління прибутком у ПрАТ «Завод скловиробів», враховуючи вагомість різних факторів.

Загальна зважена оцінка показує ефективність управління прибутком на підприємстві. За результатами аналізу, найбільший вплив на управління прибутком має фактор «Ефективність використання капіталу», що має вагомість 0,25 та отримав оцінку 6, що відповідає зваженій оцінці 1,5.

Також важливими факторами є «Продуктивність виробничих процесів» та «Управління дебіторською заборгованістю», з вагомістю 0,15 кожен. Вони отримали високі оцінки 9, що призвело до зважених оцінок 1,35 для кожного з

них.

Інші фактори, такі як «Маркетингові стратегії», «Ефективність управління запасами» та «Фінансове планування та контроль», також були оцінені, проте вони мають меншу вагомість і набули відповідних зважених оцінок 0,84, 1,44 та 0,9.

Загалом, оцінка показує, що управління прибутком на ПрАТ «Завод скловиробів» є ефективним, тому що сумарний бал оцінювання дорівнює 7,38 бали з 10 можливих. Але можливість покращення знаходиться в оптимізації використання капіталу та фінансового планування та контролю.

Загалом, оцінка управління прибутком товариства ПрАТ «Завод скловиробів» показує наявність проблем у фінансово-господарській діяльності підприємства. Зниження рентабельності та прибутковості може бути пов'язане з неефективним управлінням ресурсами, витратами, ризиками, а також з неспроможністю досягти оптимального використання активів та капіталу. Для поліпшення фінансової стійкості та результативності діяльності підприємство повинно зосередитися на розробці та впровадженні ефективних стратегій, контролі витрат, розвитку інноваційних продуктів та залученні компетентних управлінських кадрів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Smith E., Shirer M. *New IDC Spending Guide Shows Continued Growth for Digital Transformation in 2020, Despite the Challenges Presented by the COVID-19 Pandemic*. 2020. URL: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS46377220>
2. Денисенко М.П. *Стан та тенденції розвитку сучасного підприємства: монографія / За ред. д. е. н., проф. М.П. Денисенка*. К.: ДКС центр, 2019. 464 с.
3. Сайт ПрАТ «Завод скловиробів» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://kzs.com.ua/>
4. Одіжний В. О. *Стратегічний підхід до управління прибутком підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 874-878.
5. Власенко Т. Ю. Стародубцева О.С. *Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління*. Молодий вчений. 2018. № 12 (64). С. 256-259.



**Омельченко Наталія Володимирівна,**  
*професор кафедри товарознавства, торговельного підприємництва та експертизи товарів, кандидат технічних наук, професор, Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Полтава*  
<http://orcid.org/0000-0003-3718-8484>

**Моїсєєв Михайло Сергійович,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Полтава*

## **АНАЛІЗ РИНКУ ВИТЯЖНОГО ТІСТА ФІЛО ДЛЯ ДОМАШНЬОЇ ВИПІЧКИ**

Дорослі та діти люблять різноманітну випічку з листкового тіста, а особливою популярністю користуються ролліні з різною начинкою. Цю страву можна зустріти у багатьох країнах світу, Вона виготовляється із тонкого витяжного тіста філо. Під час приготування тісто розкатують тонким шаром і кладуть багато начинки, потім згортають рулетом та випікають у духовці чи печі. Ролліні виходять ніжними, повітряними, тануть у роті. Страва з листкового тіста філо – це універсальний варіант, адже воно ідеальне в холодному та гарячому вигляді [1]. У грудні 2017 р. український Уряд затвердив Експортну стратегію України: Дорожню карту стратегічного розвитку торгівлі на період 2017–2021 років. Головною метою Стратегії є «перехід до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успішного виходу України на світові ринки» [2]. Ринкова ніша тіста для приготування хлібобулочних виробів, таких як хліб, тістечка, торти, печиво та інша випічка стабільно зростає в останні роки, оскільки споживачі вимагають більшої зручності, різноманітності та якості випічки. Згідно зі звітом Market Research Future, очікується, що світовий ринок тіста зростатиме на 4,5% у середньому. з 2019 по 2024 р., досягнувши 3,5 мільярдів дол. США до кінця 2024 р. [3]. Одними з основних гравців на ринку тіста є Athens Foods, General Mills, Inc., Nestlé S.A., Conagra Brands, Inc., Associated British Foods plc, Cargill, Incorporated, ARYZTA AG, Lantmännen Unibake International, Dawn Food Products, Inc., і Vandemoortele NV. Ці компанії пропонують різноманітні вироби з тіста, наприклад, тісто для листкового тіста,

для піци, печива, пирогів, тісто для хліба та круасанів. Вони також пропонують різні смаки, форми, розміри та начинки, щоб задовольнити різні споживчі вподобання та випадки [4].

Метою публікації є визначення попиту на витяжне тісто філло для домашньої випічки (виготовлене в Україні) та потенційних ринків для його експорту з України. Об'єктом дослідження обрано витяжне тісто філло для домашньої випічки (виготовлене в Україні). Предметом дослідження є обсяги імпорту, його, зростанням, частки країн у світовому імпорті, країни імпортери що розвиваються, експортний потенціал ринків. Під час проведення досліджень використано наступні методи: аналітичний, систематизації, порівняння, узагальнення.

Згідно Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності тісто філо віднесено до сумішей та тіста для виробництва хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів товарної позиції 1905. За обсягом імпорту у 2022 р. найбільшими імпортерами продукції за кодом ГС 190120 є: США (406,241 тис. дол. США), Німеччина (332,671 тис. дол. США), Великобританія (327,683 тис. дол. США), Канада (310,976 тис. дол. США), Італія (270,001 тис. дол. США), Франція (218,580 тис. дол. США), Бельгія (168,281 тис. дол. США), Нідерланди (162,393 тис. дол. США), Мексика (144,543 тис. дол. США), Японія (134,903 тис. дол. США), рис. 1 [5].

Частки країн в обсязі світового імпорту продукції за кодом ГС 190120 розподілені таким чином: США 8,9%, Німеччина 7,3%, Великобританія на 7,2%, Канада 6,8%, Італія 5,9%, Франція 4,8%, Бельгія 3,7%, Нідерланди 3,6%, Мексика 3,2%, Японія 3% [5].

List of importers for the selected product in 2022

Product : 190120 Mixes and doughs of flour, groats, meal, starch or malt extract, not containing cocoa or containing < 40% by weight of cocoa calculated on a totally defatted basis, n.e.s. and of mixes and doughs of milk, cream, butter milk, sour milk, sour cream, whey, yogurt, kephir or similar goods of heading 0401 to 0404, not containing cocoa or containing < 5% by weight of cocoa calculated on a totally defatted basis, n.e.s., for the preparation of bakers' wares of heading 1905

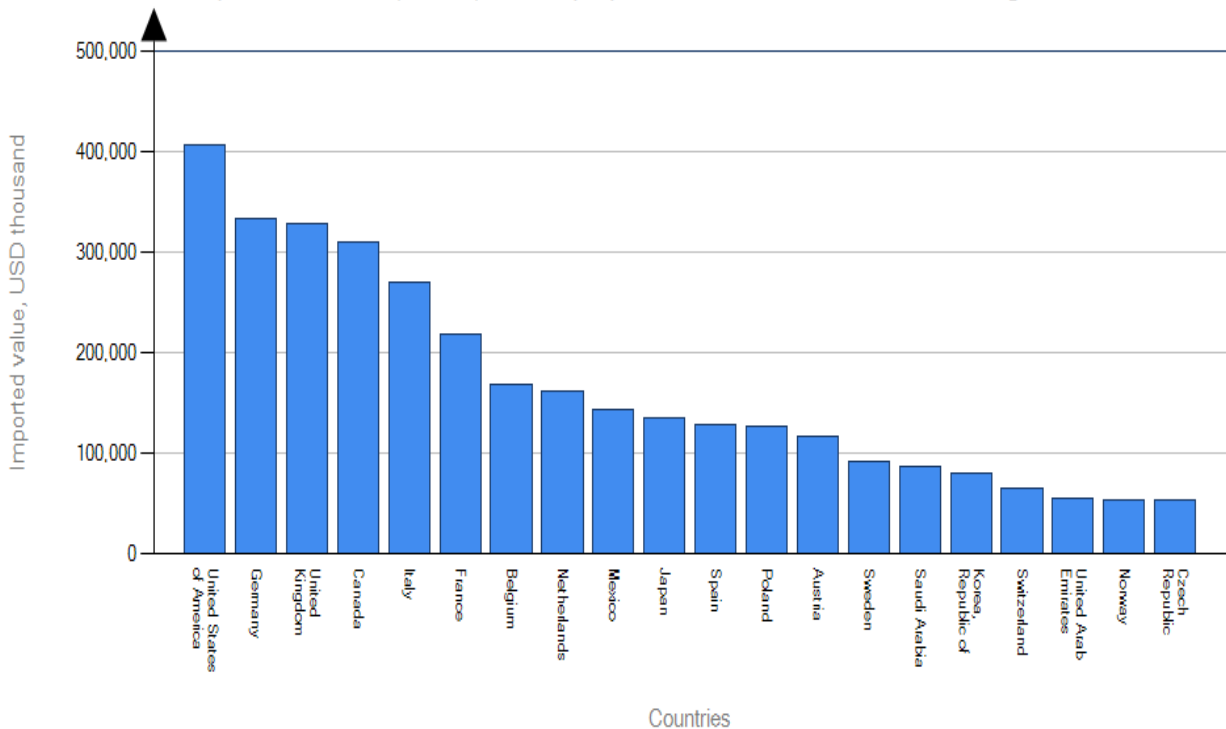


Рис. 1. Гістограма – обсяг імпорту у 2022 р. у тис. дол. США за країнами які імпортують продукцію за кодом ГС 190120 [5]

До світових ринків (імпортерів продукції за кодом ГС 190120), що розвиваються належать Великобританія (частка ринку у 2022 р. – 6,31%, збільшення частки на 1,16%), Канада (частка ринку у 2022 р. – 7,24%, збільшення частки на 0,84%), Мексика (частка ринку у 2022 р. – 3,33%, збільшення частки на 0,32%), рис. 2 [6].

Сьогодні ролліні з листового тіста набирають популярності і в нашій країні, В Україні великою популярністю користуються ролліні як із солоною так і з солодкою начинкою. Багато виробників пропонують випічку з ягодами, варенням, фруктами тощо [1].

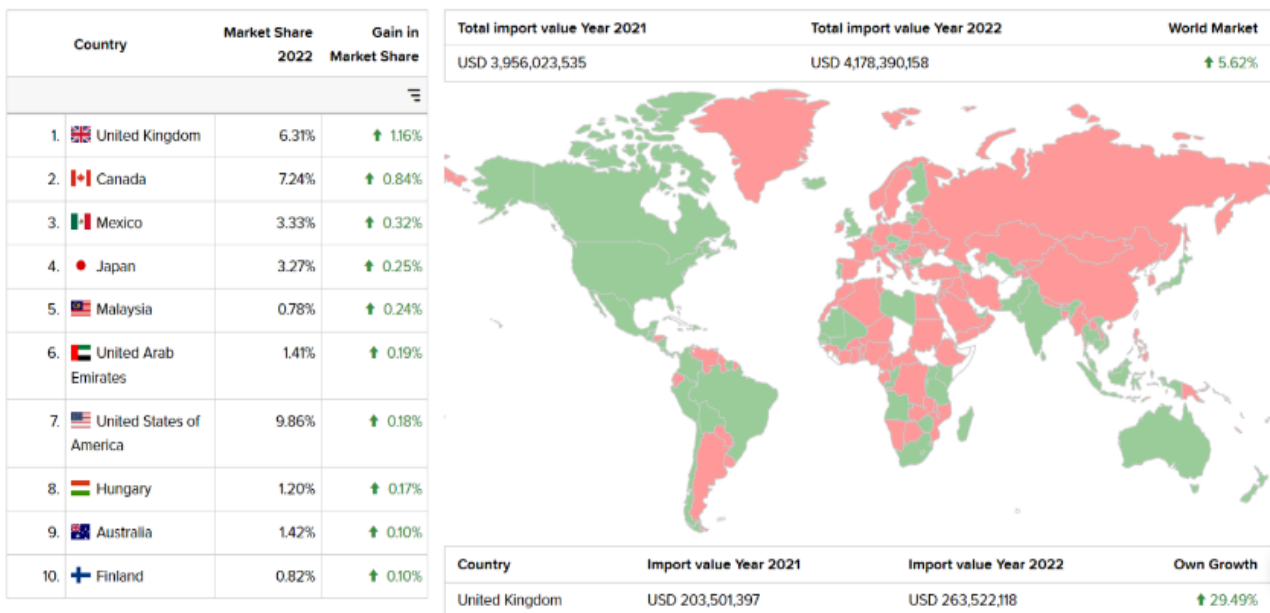


Рис. 2. Світові ринки, що розвиваються за кодом ГС 190120 [6]

Ринками з найбільшим потенціалом для експорту продукції за кодом ГС 190120 з України є Польща, Саудівська Аравія та Румунія, рис. 3. Ринок Румунії має найбільшу абсолютну різницю між експортним потенціалом та невикористаним експортним потенціалом, залишаючи можливість реалізувати додатковий експорт на суму 63 тис. дол. США [7].

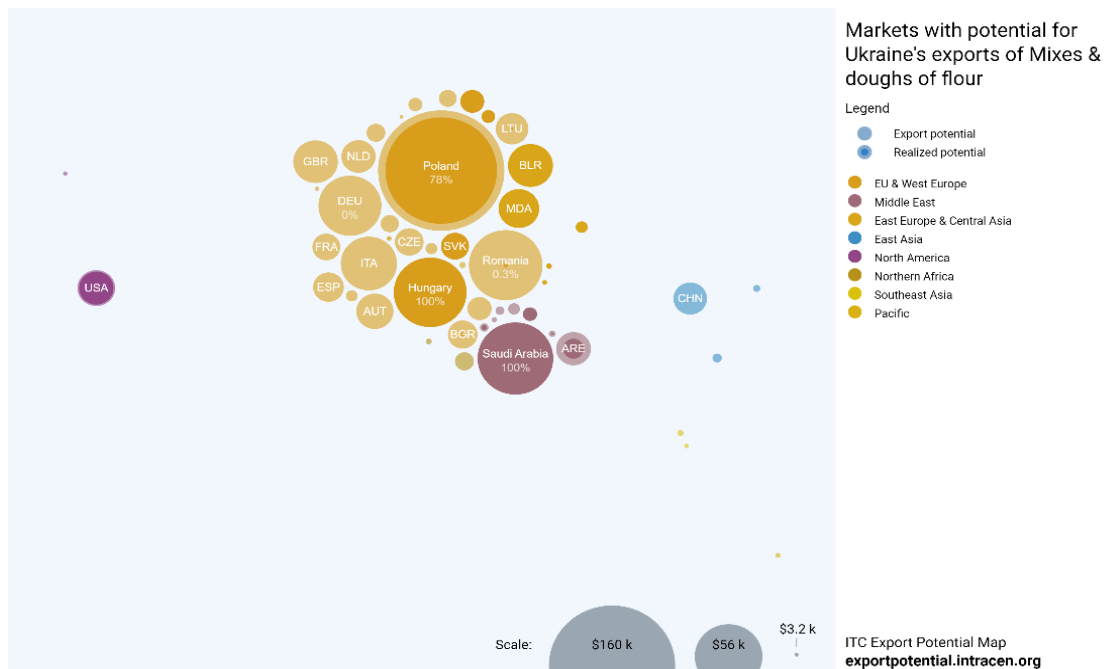



Рис. 3. Потенціал ринків для експорту продукції за кодом ГС 190120 з України [7]

Потенційними ринками, на майбутні п'ять років, для експорту продукції за кодом ГС 190120 з України є Польща, Румунія, Угорщина, Німеччина, Італія,

Молдова, Австрія, Нідерланди, Литва, Іспанія, рис. 4 [8].

Markets ranked by total export potential in the coming 5 years for Ukraine's exports of 190120 

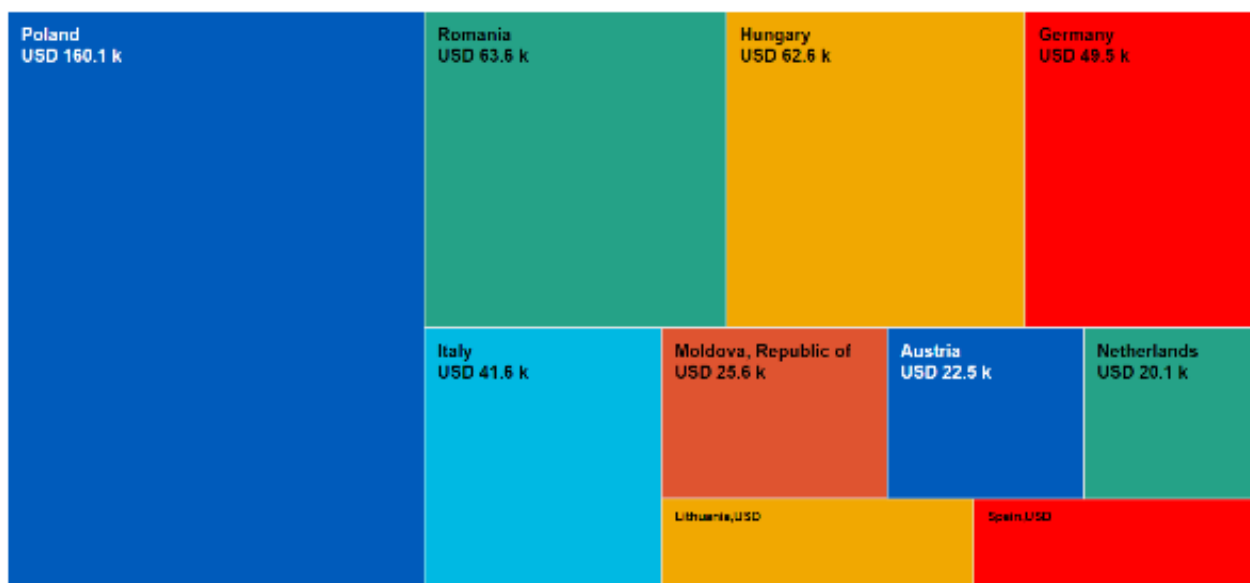


Рис. 4. Потенційні ринки, за загальним експортним потенціалом на майбутні п'ять років, для експорту продукції за кодом ГС 190120 з України [8]

За результатами проведеного дослідження доцільно:

- українським експортерам звернути увагу на невикористані можливості експорту (недоторгованість) на конкретних ринках збуту;
- спрямувати свої зусилля на усунення немитних бар'єрів і торговельних обмежень для товарів, які це дослідження визначає перспективними.

#### Список використаних джерел

1. Що являє собою випічка ролліні // Роллінг / Frozenfood UA. URL: <https://frozenfood.com.ua/product-category/hlebivypechka/rollini/> (дата звернення: 03.10.2023).

2. Про схвалення Експортної стратегії України ("дорожньої карти" стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України редакція від 17.09.2020 № 1017-р // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 03.10.2023).

3. 2023 Global: Mixes And Doughs For The Preparation Of Bread, Cakes, Pastry, Crispbread, Biscuits, Waffles, Wafers, Rusks, Toasted Bread And Similar Toasted Products And Other Bakers' Wares Products-Manufacturing Forecast (2029) report // Snack Foods Market Research / Market Research. URL:

<https://www.marketresearch.com/PerryHope-Partners-v4032/Global-Mixes-Doughs-Preparation-Bread-33243413/> (дата звернення: 27.10.2023).

4. *Food preparations; mixes and doughs for the preparation of bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' wares exports by country in 2021 // World Integrated Trade Solution.* URL: <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/ALL/year/2021/tradeflow/Imports/partner/WLD/product/190120> (дата звернення: 27.10.2023).

5. *List of importers for the selected product in 2022. Product: 190120 // Trade Map.* URL: <http://surl.li/ocmch> (дата звернення: 27.10.2023).

6. *Buying Countries (Import). Emerging Markets for HS 190120 // Market Intelligence / ABRAMS world trade wiki.* URL: <https://en.abrams.wiki/tools/marketintelligence?hscod=190120&from=2012-01&to=2022-01&overview=101110011&tradeflow=import> (дата звернення: 27.10.2023).

7. *Export potential // Export Potential Map.* URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/markets/geo-map?fromMarker=i&exporter=804&toMarker=j&whatMarker=k&what=190120> (дата звернення: 27.10.2023).

8. *Ukraine's export of 190120 // Overview / Eastern Partnership Tradehelpdesk.* URL: <https://eap.tradehelpdesk.org/en/export-190120-from-ua-to-de/market-information/overview> (дата звернення: 27.10.2023).

## **ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ОРЕНДНОГО ЖИТЛА В УКРАЇНІ ВНАСЛІДОК РУЙНАЦІЙ ЧЕРЕЗ ВІЙСЬКОВІ ДІЇ**

**Актуальність.** Російсько-українська війна спричинила масштабну житлову кризу в Україні. За оцінками Київської Школи Економіки станом на червень 2023 року кількість зруйнованих або пошкоджених багатоквартирних будинків становить 19,1 тис. одиниць. Загальна площа зруйнованих або пошкоджених об'єктів житлового фонду – 88,9 млн. кв. м., що становить 8,6% від загальної площі житлового фонду [1].

**Мета.** Оцінити можливість та доцільність впровадження моделі соціального орендного житла для подолання житлової кризи.

**Викладення основного матеріалу.** За даними опитування аналітичної агенції «Cedos» у 2022 році, 82% респондентів погоджуються з тим, що держава зобов'язана забезпечити житлом людей, що потребують цього [2].

В Україні забезпечення населення житлом здійснюється за допомогою соціального та муніципального житла, а також програм іпотечного кредитування. Серед населення спостерігається низька обізнаність про наявні в країні житлові програми, яка є доволі нерівномірною у розрізі різних міст. Згідно опитування, проведеного аналітичною агенцією «Cedos» у 2019 році, найбільша обізнаність програмами демонструють опитані в Києві (від чверті до третини опитаних), найменшу – у містах, що не є обласними центрами (про деякі програми знають менше 10% опитаних) [3].

За даними проведеного у 2022 році опитування аналітичної агенції «Cedos», в Україні підтримка потенційних програм доступної оренди є доволі високою. У 2022 році з твердженням, що держава має забезпечити можливість доступної оренди, погодилися 73% опитаних, у 2019 – 72%. Водночас зменшилась частка тих, хто підтримує допомогу з придбанням житла у власність, – порівняно з 2019 роком вона скоротилася з 83% до 70%. Це може свідчити про поступову зміну ставлення населення до житла та житлової політики в цілому. За даними дослідження 2019 року тезу «лише житло у власності можна вважати своїм» підтримували 85% опитаних. Проте на сьогодні через значні руйнування та

вимушене переселення структура житлового сектору змінюється. Ймовірно, разом з цим буде трансформуватися й уявлення про «норму» у сфері житла [2].

Виходячи з вищезазначеного, ми вважаємо, що будівництво соціального орендного житла може стати дієвим елементом як повоєнної відбудови України, так і нової житлової політики держави. За інформацією Прем'єр-міністра України Дениса Шмигала, станом на початок 2023 року кошти Фонду ліквідації наслідків збройної агресії склали понад 108 млрд. грн. До джерел фінансування Фонду входять конфісковані російські кошти, кошти з державного бюджету, кошти міжнародних партнерів та кошти донорів з усього світу, зібрані на платформі United24 [4].

Для диверсифікації джерел фінансування такого будівництва та зменшення навантаження на фонд ми вважаємо можливість залучення приватного інвестування на поворотній основі. Програма буде спрямована на сім'ї, житло яких було зруйноване або пошкоджене до непридатного для проживання стану внаслідок збройної агресії росії проти України, та дохід яких є недостатнім для участі у інших програмах. Для прикладу, за програмою «Оселя банки вимагають перший внесок у розмірі 20-30% від вартості житла, а щомісячні платежі, наприклад, для двокімнатної квартири разом з відсотками становитимуть приблизно 12-12,5 тис. грн.

Для обґрунтування доцільності інвестування коштів у проєкт соціального орендного житла для потенційного інвестора нами, для прикладу, була розрахована інвестиційна модель на основі середньоринкових даних. Модель передбачає будівництво однопід'їздного дев'ятиповерхового багатоквартирного будинку. Для розрахунку суми залучення необхідних інвестицій у моделі були використані наступні вихідні дані та припущення в таблиці 1.

Для проведення розрахунку ми зробили припущення, що період будівництва становитиме один рік протягом 2024 року, проведення ремонтних робіт – перша половина 2025 року. Також ми робимо припущення, що по завершенню усіх робіт у другій половині 2025 року проєкт почне приносити грошові потоки від оренди.



Таблиця 1

## Вихідні дані для розрахунку моделі

Параметр	Значення	Джерело
Тривалість проекту для інвестора	20 років	Припущення автора
Середня площа однокімнатної квартири	37 кв.м.	
Середня площа двокімнатної квартири	66 кв.м.	
Кількість однокімнатних квартир	55 од.	
Кількість двокімнатних квартир	34 од.	
Опосередкована вартість спорудження 1 кв. м. загальної площі квартир будинку у Київській області станом на липень 2023 року	21 161 грн. з ПДВ	Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України [5]
Середня вартість ремонту під ключ (матеріали, ремонтні роботи та меблювання)	400 дол. США / кв. м.	Borisstudio [6]
Середня вартість оренди однокімнатної квартири у Київській області станом на липень 2023	211,1 грн. / кв. м.	Консалтингова компанія «Увекон» [7]
Середня вартість оренди двокімнатної квартири у Київській області станом на липень 2023	178,45 грн. / кв. м.	
Макроекономічні прогнози (індекс цін споживачів, індекс цін у будівництві, динаміка росту заробітної плати) на період 2024-2044 рр.	–	Economist Intelligence Unit (EIU) [8]
Частка приватного фінансування проекту	30%	Припущення автора
Вартість оренди, як частка від ринкової вартості	70%	
Ставка капіталізації, визначена за методом CAPM	18,1%	Розраховано автором на основі аналітичних даних професора фінансів Асвата Дамодарана [9], EIU, U.S. Department of the Treasury [10] та НБУ [11].
Прогнозований темп приросту вартості оренди однокімнатних квартир	3,2%	Розраховано автором на основі ретроспективних даних «Увекон» про ціни оренди у Київській області за період 2022-1 півріччя 2023 рр.
Прогнозований темп приросту вартості оренди однокімнатних квартир	4,2%	

Джерело: сформовано автором.

Загальна опосередкована вартість проєкту, з урахуванням прогнозних макроекономічних індексів, становить 127 613 тис. грн., опосередкована сума необхідних приватних інвестицій (30%) становить 41 841 тис. грн. Вартість проєкту розраховувалась без врахування ПДВ, оскільки відповідно до п. 197.15 ст. 197 Податкового кодексу України операції з постачання будівельно-монтажних робіт з будівництва доступного житла та житла, що будується за державні кошти, звільняються від оподаткування ПДВ. Для підвищення інвестиційної привабливості проєкту нами пропонується звільнити від ПДВ приватні інвестиції також та запровадити для інвестора певні преференції (наприклад – податкові пільги) на час дії проєкту.

Також ми робимо припущення, що за умовами проєкту, протягом його дії надходження від орендних платежів будуть спрямовані на повернення приватних інвестицій, після закінчення – до місцевого бюджету для утримання будинку.

**Висновки.** За результатами оцінки було визначено:

- Опосередкована сума приватних інвестицій – 41 841 тис. грн.;
- Період окупності приватних інвестицій – 7 років;
- Дисконтований період окупності приватних інвестицій – 13,5 років;
- Чиста приведена вартість (NPV) – 5 485 тис. грн.;
- Внутрішня норма прибутку (IRR) – 20,8%.

Оскільки внутрішня норма прибутку проєкту вища, ніж ставка капіталізації, ми можемо зробити висновок про потенційну привабливість даного проєкту. Окрім цього, проєкт має соціальну привабливість, оскільки розширює можливості соціальних програм по забезпеченню житлом населення.

### **Список використаних джерел:**

1. *Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України за рік від початку повномасштабного вторгнення. Червень 2023. 59 с.*

2. *Боброва А. Житло і війна: житлова політика першого року повномасштабної війни. URL: <https://cedos.org.ua/wp-content/uploads/zhytlova-polityka-pershogo-roku-povnomasshtabnoyi-vijny.pdf>.*

3. *Ломоносова Н., Федорів П. Державна житлова політика в Україні: сучасний стан та перспективи реформування. URL: <https://cedos.org.ua/wp-content/uploads/derzhavna-zhytlova-polityka-1.pdf>.*

4. Урядовий портал. Промова Прем'єр-міністра України Дениса Шмигала на засіданні Уряду. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/promova-premier-ministra-ukrainy-denysa-shmyhalia-na-zasidanni-uriadu-10-1-23>.

5. Про затвердження показників опосередкованої вартості спорудження житла за регіонами України (розрахованих станом на 01 липня 2023 року) : НАКАЗ Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України від 27.07.2023 р. № 647. URL: <https://mtu.gov.ua/documents/2308.html>.

6. Ціни на ремонт квартир у Києві. Borisstudio. URL: <https://borisstudio.com/uk/remont-kvartir/>.

7. Геоінформаційна система «Увекон». URL: <https://www.uvecon.ua/ua/geoport.html>.

8. Economist Intelligence Unit. URL: <https://www.eiu.com>.

9. Damodaran Online. URL: <https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar>.

10. U.S. Department of the Treasury. Daily Treasury Bill Rates. URL: [https://home.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Text\\_View?type=daily\\_treasury\\_bill\\_rates&field\\_tdr\\_date\\_value=2023](https://home.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Text_View?type=daily_treasury_bill_rates&field_tdr_date_value=2023).

11. Процентні ставки. Національний Банк України. URL: [https://bank.gov.ua/files/4-Financial\\_markets.xlsx](https://bank.gov.ua/files/4-Financial_markets.xlsx).

*Павлишин Маріанна Львівна,*

*к.т.н., доцент, Львівський національний університет імені Івана Франка,*

<https://orcid.org/0000-0003-3044-297X>

*Стефанишин Анна Василівна,*

*магістр, Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Актуальність.** В умовах розвитку воєнної економіки України питання управління конкурентоспроможністю будь-якого підприємства є надзвичайно актуальним. Сьогодні в умовах війни на території України система управління конкурентоспроможністю передбачає застосування таких управлінських рішень та використання держаних заходів підтримки підприємств, які б попередили та запобігали негативному впливу на стратегічний розвиток підприємств.

З аналізу інформаційних джерел бачимо, що система управління конкурентоспроможністю в умовах війни характеризується сукупністю взаємопов'язаних елементів, які функціонують на ринку у часі як єдине ціле, забезпечуючи розвиток підприємства шляхом задоволення потреб усіх зацікавлених суб'єктів економічної діяльності [1, 2]. Нами раніше був проведений аналіз ключових ринкових змін України в умовах війни, які впливають на продовольчу безпеку в цілому та на конкурентоспроможність підприємств зокрема [3]:

- 1) негативні показники експорту та імпорту харчових продуктів та сировини для їх виробництва;
- 2) зниження цін у 2023 році на зерно та сільськогосподарську продукцію у світі після різкого подорожчання у березні 2022 року;
- 3) значне зростання цін на сільськогосподарську продукцію у світі;
- 4) втрата ринків збуту через ускладнення та зміну логістичних маршрутів поставок.

Отже, війна, яка проходить в Україні сьогодні, призвела до трансформації продовольчої системи у світі. У ринкових умовах післявоєнного періоду кожному підприємству при плануванні своєї конкурентної стратегії потрібно буде враховувати систему продовольчого забезпечення. Тому варто зазначити, що система сучасних потреб на ринку України визначає засоби і методи

реалізації конкурентних стратегій та напрямів розвитку підприємств торгівлі.

Стратегія вітчизняного торговельного підприємства в умовах війни – це комплексна програма його розвитку на основі сформованих довгострокових цілей господарської діяльності, вибору ефективних логістичних шляхів просування, використання методів коригування сукупного потенціалу при зміні умов зовнішнього середовища [4].

Процес розробки конкурентних стратегій підприємства включає етапи:

1. Оцінка позиції, яку займає підприємство на ринку.
2. Оцінка взаємодії внутрішніх і зовнішніх факторів.
3. Аналіз стратегічних альтернатив поведінки підприємства на ринку та його розвитку.
4. Вибір конкурентної стратегії відповідно до ситуації на ринку та цілей підприємства.

Метою конкурентної стратегії є здатність суб'єкта господарювання визначити сильні та слабкі сторони, оцінити внутрішні ресурси та порівняти їх з аналогічним підприємством [4]. У цій універсалі відсутня конкурентна стратегія для всіх торгових підприємств, однак аналіз вітчизняної теорії та практики дозволив виділити типові конкурентні стратегії розвитку підприємств роздрібною торгівлі. Мета конкурентної стратегії полягає в тому, щоб дозволити суб'єктам господарювання визначити свої сильні та слабкі сторони, оцінити внутрішні ресурси та можливості порівняно з аналогічними торговими підприємствами.

Вибір інструментів і методів реалізації стратегій забезпечує узгодженість всієї діяльності підприємств роздрібною торгівлі. На основі конкурентних стратегій затверджується послідовність дій щодо досягнення конкурентоспроможності підприємства на ринку [5].

На основі розробленої авторами системи елементів забезпечення конкурентоспроможності ритейлера можна сформулювати ряд рекомендацій. Довгострокові конкурентоспроможні підприємства можуть застосовувати стратегії, які орієнтують бізнес на радикальні дії шляхом впровадження принципово нових продуктів і послуг. Подібна стратегія є оптимальною для великих торгових центрів, супермаркетів і універмагів.

У свою чергу, стратегія горизонтальної диверсифікації та стратегія інтегрованого зростання є найкращими для роздрібних торгових підприємств з таким рівнем конкурентоспроможності. В результаті горизонтальної інтеграції будуть сформовані мережеві підприємства, що мають однотипні магазини, орієнтовані на середнього покупця із середніми потребами та можливостями в

місті чи регіоні. Це дозволить отримати вигідні умови закупівлі товарів і проводити єдину торговельну політику. Диверсифікація сприяє зростанню обороту частки ринку компанії та кількості постійних клієнтів, що забезпечить оптимальний розподіл ресурсів і стабільність у підвищенні рівня прибутковості [6].

Кінцевою метою інтеграції для конкурентних підприємств може бути торгівля програмним забезпеченням, тобто встановлення прямого контролю торгової компанії над виробником. Водночас слід зазначити, що інтеграція вигідна не лише суб'єкту господарювання та кінцевому споживачу, а й місцевій владі, оскільки визначає інфраструктуру міста в цілому, підвищує рівень його економічного розвитку.

**Висновки.** Отже, конкурентоспроможність підприємства в умовах воєнної економіки України це результат цілеспрямованих зусиль всіх працівників підприємства і державної допомоги бізнесу. Підприємствам доцільно приділяти значну увагу пріоритетам і важливості розвитку внутрішніх можливостей. Їх характеристики та механізм вдосконалення є одним із ключових факторів конкурентоспроможності.

### **Список використаних джерел**

1. Aschaulov V.V. (2013). *Features of formation of marketing strategy of the enterprise in the conditions of competitive market. State and regions.* [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep\\_2013\\_1\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2013_1_19)

2. Besedina A.A. (2012). *Competitive intelligence in the system of providing strategic development of the enterprise. Business Inform. № 10. P. 277-279.* [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2012\\_10\\_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_10_65)

3. Lopatynskiy Y., Belei S., Kapelista I., Denysiuk Lyudmila & Pavlyshyn M. (2023) *The Effectiveness of the Management System in the Conditions of War and its Influence on the Development of Agribusiness/ Review of Economics and Finance, 2023, №21. P. 932-940. DOI: <https://doi.org/10.55365/1923.x2023.21.102>*

4. Ivanov Yu. B., Ivanov O. M., Tishchenko G. & Nazarova V. (2006). *Theoretical basis of competitive enterprise strategy. Kharkiv: Inzhnek, 382 p.*

5. Kovtun O.I. (2013). *The imperative of an innovative strategy in the system of competitiveness management for domestic enterprises in the conditions of permanent crisis of the national economy. Economics. № 1. 86-101 p.* [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU\\_ekon\\_2013\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU_ekon_2013_1_13)

6. Korolenko Yu.M. (2013). *Theoretical bases of formation of competitive strategy of the national economy. Economics. № 1. 86-101 p.*

*Романенко Олеся Валеріївна,*

*к.е.н., доц., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Осадчук Каріна В'ячеславівна,*

*бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

## **АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ БІРЖОВИХ РИНКІВ**

**Актуальність.** На сьогодні міжнародні біржові ринки виступають потужними центрами світового ціноутворення. Проте нестійка світова фінансова система викликає щоденні ризикові ситуації, пов'язані із ціновими коливаннями на всіх видах ринків. Така ситуація потребує якісних інструментів та стратегій їх застосування усіма суб'єктами фінансових і товарних ринків.

**Мета.** Аналіз стану та визначення основних тенденцій розвитку світового біржового ринку в сучасних умовах.

**Викладення основного матеріалу.** Строкові біржові інструменти – деривативи, відповідають необхідним вимогам для забезпечення управління ціновими ризиками і викликають підвищений інтерес серед суб'єктів, тому на основі їх статистичних даних можна аналізувати розвиток міжнародних біржових ринків в цілому[1].

Розвиток міжнародних біржових ринків деривативів тісно пов'язаний із виникненням та розвитком самої торгівлі та формуванням товарних і фінансових ринків. А саме перші обмінні операції, укладання і виконання яких відбувалося у різні часові періоди, у подальшому забезпечили перехід бірж на торгівлю строковими контрактами, або деривативами [2-3].

Вихід бірж на зовнішній рівень забезпечив концентрацію біржової активності у різних географічних регіонах, тому досить поширеною стала класифікація міжнародних біржових ринків за географічним зонуванням.

Нині існує така класифікація міжнародних біржових ринків за географічним зонуванням (рис. 1)[4]:



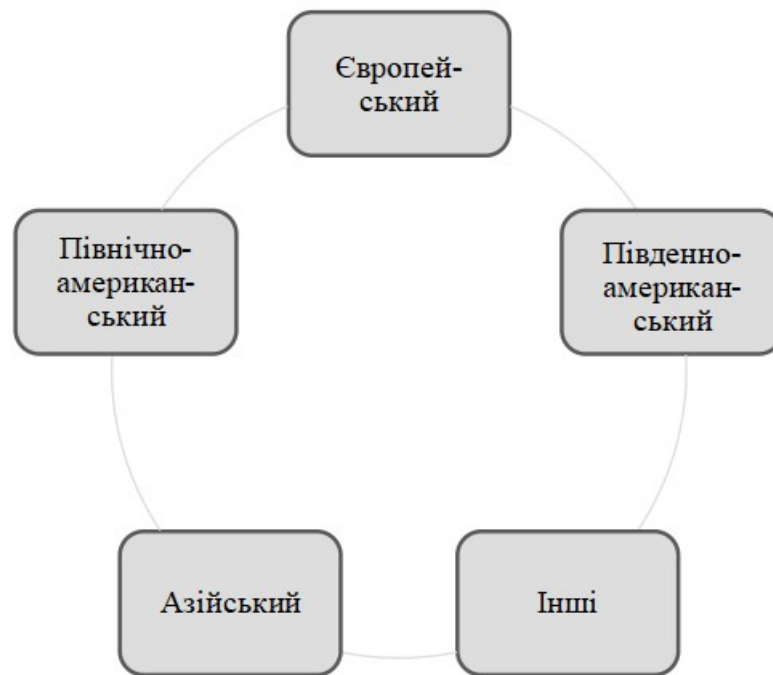


Рис.1. Класифікація міжнародних біржових ринків за географічним зонуванням

Оцінка динаміки біржової торгівлі на міжнародних біржових ринках усіх географічних регіонів інформує про динаміку зростання та зниження кількості торгів на глобальних біржових ринках деривативів. Дослідження показників міжнародної біржової торгівлі за 2019-2023 рр. показують, що за останній рік обсяг укладених контрактів на ринках Азії збільшився на 56%, Європи – зменшився на 33%, Латинської Америки - зменшився на 5%, Північної Америки – зменшився на 14% та інших регіонів (Греція, Ізраїль, Південна Африка та Туреччина) – зменшився на 17% (рис.2).

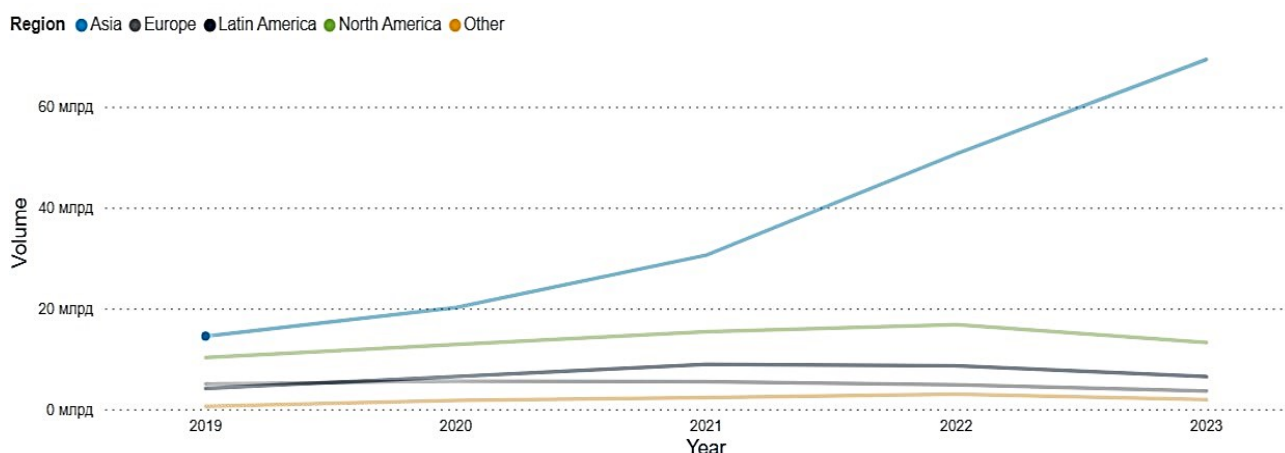


Рис.2. Обсяги укладених біржових контрактів за регіонами [4]

Найбільшу частку займає Азія – 57%, на другому місці Північна Америка – 21%, на третьому місці Латинська Америка – 11%, на четвертому Європа – 8%, на останньому інші країни регіону – 3% (рис.3).

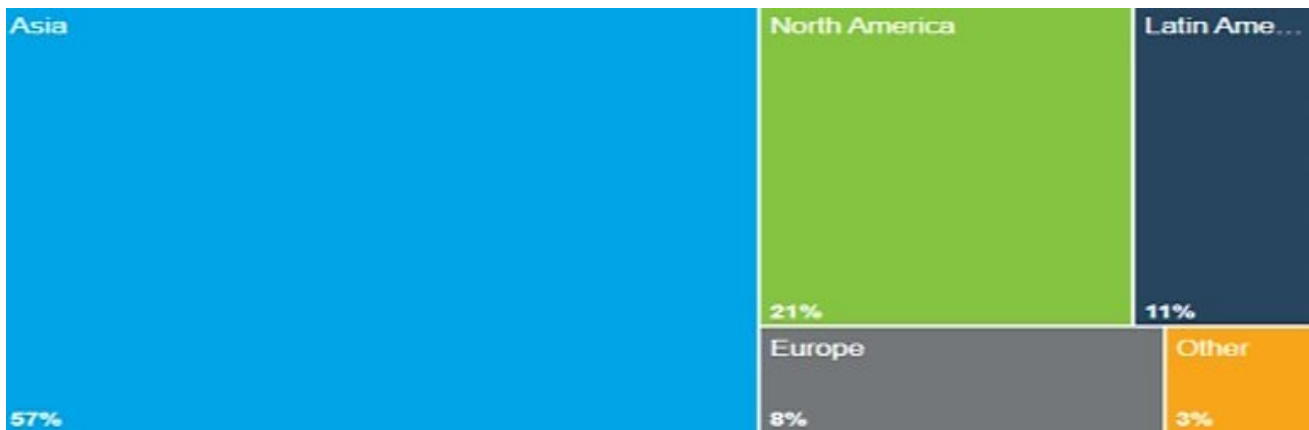


Рис.3. Частка обсягів укладених біржових контрактів за регіонами [4]

Необхідно зазначити, що фінансові деривативи останні пів століття значно активніше торгуються на міжнародних біржових ринках усіх географічних регіонів. Серед товарних деривативів цікавими для інвесторів активами є енергоресурси, метали, деякі види аграрної продукції.

**Висновки.** У результаті проведеного аналізу можна стверджувати, що нині світовий біржовий ринок характеризується постійними кардинальними змінами, викликаними глобалізацією економічного середовища. Статистичні дані свідчать про постійну зміну динаміки світової біржової торгівлі. Таким чином, поступовий перехід міжнародних біржових ринків на торгівлю тільки товарними та фінансовими деривативами перетворив їх на інститути ціноутворення, прогнозування ринкової кон'юнктури, управління ціновими ризиками та ефективне джерело концентрації інвестиційних ресурсів на глобальному рівні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Солодкий М.О., Яворська В.О. Біржова торгівля товарними деривативами: світовий досвід та перспективи розвитку в Україні : монографія. Київ : Компринт, 2015. С. 10–66.

2. Біржовий ринок : навчальний посібник / за ред. М.О. Солодкого. Київ : Агроосвіта 565 с. URL : <http://www.agroosvita.com/sites/default/files/libery/economik/BR.pdf> (дата звернення: 21.10.2023).

3. Біржовий товарний ринок : навчальний посібник / за ред. М.О. Солодкого. Київ : Компринт, 2017. 482 с.

4. Will Acworth. FIA releases annual trading statistics. URL : <https://fia.org/articles/fia-releases-annual-trading-statistics> (дата звернення: 21.10.2023).

*Романенко Олеся Валеріївна,*

*к.е.н., доц., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Рокицька Анна Володимирівна,*

*бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

## **ОЦІНКА СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

**Актуальність.** Фондовий ринок є одним із найважливіших елементів фінансового ринку, що має ключове значення для економіки будь-якої країни. Він надає можливість компаніям та організаціям привабити інвестиції й залучити додатковий капітал, а інвесторам допомагає збільшити свої фінансові активи. Крім того, фондовий ринок є важливим інструментом для диверсифікації інвестиційного портфеля, що дозволяє зменшити ризики та збільшити потенційну дохідність. Тому необхідно постійно аналізувати стан фондового ринку та приймати ефективні рішення, що сприятимуть його прогресивному розвитку.

**Мета.** Аналіз показників та оцінка поточного стану фондового ринку в Україні, виявлення проблемних питань та визначення перспектив розвитку фондового ринку.

**Викладення основного матеріалу.** Фондовий ринок є невід'ємним та важливим елементом фінансової системи ринкової економіки, тому становлення ефективного та дієвого фондового ринку є важливим етапом у розвитку кожної держави [1, с. 56].

Український фондовий ринок зараз переживає нестабільні умови та постійні кризові явища. Сучасний розвиток українського фондового ринку не дозволяє повною мірою досягти державою поставлених цілей та завдань. Так, питання оптимізації українського фондового ринку є важливим і одним з першочергових.

Досліджуючи фондовий ринок України у 2023 році за даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР) можна побачити, що загальний обсяг випусків емісійних цінних паперів впродовж січня – серпня 2023 року становив 45,5 млрд. грн. та 8 млн. доларів США. Порівняно з таким самим періодом 2022 року (16,8 млрд. грн.) загальний обсяг випусків емісійних цінних паперів, номінованих у гривні, у відповідному періоді 2023 року збільшився майже у три рази. Протягом січня - серпня 2023 року Комісією зареєстровано 15

випусків акцій на суму 3,5 млрд. грн. Порівняно з аналогічним періодом 2022 року обсяг зареєстрованих випусків акцій збільшився на 2,1 млрд. грн. [2, с. 1].

Впродовж січня-серпня 2023 року спостерігалася консолідація торгівлі цінними паперами на двох операторах організованих ринків капіталу - біржах «ПЕРСПЕКТИВА» та «ПФТС», що становило майже 97,0 % вартості торгів фінансовими інструментами (табл. 1).

Також протягом січня-серпня 2023 року Комісією зареєстровано 14 випусків, серед яких облігацій підприємств на суму 11,9 млрд. грн. та облігацій підприємств в іноземній валюті на суму 8,0 млн. доларів США. Порівняно з аналогічним періодом 2022 року обсяг зареєстрованих випусків облігацій підприємств за вісім місяців 2023 року збільшився на 10,2 млрд. грн. [2, с. 1].

Як видно з табл. 1 у період війни фондовий ринок "виїжджає" на облігаціях внутрішньої державної позики (ОВДП).

Таблиця 1.

Обсяги торгів фінансовими інструментами за видами на операторах організованих ринків капіталу за січень-серпень 2023 року, млн. грн.

	Акція	Акція іноземного емітента	Акція КІФ	Корпоративна облігація	Облігація внутрішніх державних позик України	Облігація зовнішніх державних позик України	Облігація іноземної держави	Інвестиційний сертифікат	Облігація підприємства	Облігація іноземного емітента	Загальний підсумок
Біржа ПФТС	4,7	0,1	0,0	3227,9	144262	53,6	2219,5	0,0	0,0	0,0	149767,8
Біржа Перспектива	0,0	0,0	0,0	0,0	82181,4	0,0	14736,5	0,0	72,6	44,6	97035,0
Українська біржа (УБ)	51,1	6,1	0,1	1,6	8029,7	36,0	195,9	2,7	0,8	76,6	8400,5
<b>Усього</b>	<b>55,7</b>	<b>6,2</b>	<b>0,1</b>	<b>3229,4</b>	<b>234473,1</b>	<b>89,7</b>	<b>17151,8</b>	<b>2,7</b>	<b>73,4</b>	<b>121,1</b>	<b>255203,3</b>

З 3 березня 2022 року стартував продаж військових ОВДП. Цей інструмент за потужної інформаційної підтримки з боку НКЦПФР, НБУ і Мінфіну і можливості купляти військові облігації через Дію отримав

популярність серед українців. З одного боку, військові ОВДП – це можливість убезпечити свої заощадження, з іншої – підтримка ЗСУ.

З початком повномасштабної агресії РФ проти України багато іноземних громадян висловили бажання підтримати Україну шляхом купівлі державних облігацій без необхідності фізичної присутності в Україні. На той час такої можливості в Україні не було через відсутність необхідного для онлайн операцій нормативного поля та технічних рішень. Тепер, завдяки спільній роботі учасників ринку з Міністерством фінансів України, НКЦПФР та НБУ, ринок ОВДП для іноземців-фізичних осіб став доступним віддалено. Наразі можливість купувати ОВДП онлайн мають громадяни країн ЄС, Великобританії, США, Канади, Ізраїлю, Австралії, Японії та інших [3].

Хоча за останній рік є деякі позитивні зміни в розвитку фондового ринку, проте він не функціонує на повну потужність, що підтверджують думки як представників влади, так і бізнесу. Незважаючи на наявність бірж та регуляторів, фондовий ринок України не забезпечує головну свою функцію – залучення капіталу в реальний сектор економіки [4].

На фондовому ринку України існує кілька проблем, а саме: низька капіталізація лізингових компаній, малі обсяги торгівлі корпоративними цінними паперами, домінування держоблігацій та використання цінних паперів для ухилення від сплати податків. Така ситуація викликає недовіру українців до вітчизняних цінних паперів та недостатню їх зацікавленість у цьому ринку.

Серед проблем, що ускладнюють розвиток фондового ринку, також відзначається недостатній рівень фінансової грамотності населення. У цьому плані важливо здійснювати систематичну освітню роботу. Це створить умови для розширення фондового ринку.

Без вирішення вищезазначених проблем, є неможливим прогресивний розвиток та подальше ефективне функціонування фондового ринку України. Тому, для оптимізації наявної ситуації необхідно створити сприятливі умови для належного функціонування інфраструктури фондового ринку, розробити ефективний механізм взаємодії учасників фондового ринку, виявити проблеми нормативно-законодавчої бази .

**Висновки.** На сучасному етапі фондовий ринок України показує позитивні тенденції розвитку, але разом з тим є недостатньо ефективним, через ряд наявних проблем. Це пов'язано з наявністю в Україні воєнного стану і тіньової економіки, де обертається значний обсяг ресурсів, вилучений з обігу на офіційному фінансовому ринку; обмеженою кількістю ліквідних та інвестиційно

привабливих фінансових інструментів та іншими проблемами. Тому вирішення зазначених проблем допоможе ефективному розвитку фондового ринку, що сприятиме залученню інвестицій, розвитку бізнесу та забезпеченню економічного зростання України.

**Список використаних джерел:**

1. Бурмака М.О., Бутенко Д.С., Долінський Л.Б. Біржовий фондовий ринок України: навчальний посібник. Київ: АДС УМК Центр, 2013. 264 с.

2. Інформаційна довідка щодо ринків капіталу України протягом січня - серпень 2023 року. Сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL:

[https://www.nssmc.gov.ua/wpcontent/uploads/2023/09/informatsiina\\_dovidka\\_za\\_serpen\\_2023.pdf](https://www.nssmc.gov.ua/wpcontent/uploads/2023/09/informatsiina_dovidka_za_serpen_2023.pdf)

3. Іноземні громадяни отримали доступ до онлайн-купівлі ОВДП. Сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/inozemni-hromadiany-otrymaly-dostup-do-onlain-kupivli-ovdp/>

4. Татарин, Н., & Олійник, О. (2023). Фондовий ринок як один із елементів фінансового ринку: історія та його сучасний стан в Україні. Молодий вчений, 3 (115), 128-133. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-3-115-24>

*Романенко Олеся Валеріївна,*

*к.е.н., доц., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Фатальчук Богдан Сергійович,*

*бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

## **ЦІНОВІ ЗНИЖКИ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ**

**Актуальність.** Використання знижок виробниками та продавцями як інструменту стимулювання збуту продукції й послуг є актуальною й важливою темою в сучасному маркетингу та економіці. Знижки і акційні ціни мають значний вплив на поведінку споживачів, і дослідження цієї теми розкриває різні аспекти впливу.

**Мета.** Розглянути різні види знижок та визначити аспекти впливу знижок на рішення споживачів щодо покупки товарів та послуг.

**Викладення основного матеріалу.** У світі, насиченому різноманітними товарами та послугами, конкурентна боротьба між брендами і компаніями посилюється. Цінові знижки є важливим інструментом для стимулювання збуту продукції (послуг), привертаючи увагу нових клієнтів та утримуючи існуючих. Як прості, так і складніші форми зниження цін, мають загальний характер: надання покупцеві негайної або відстроченої, значної або невеликої вигоди в грошах [1, с.82]. За умов обмежень власного бюджету споживач стає дуже чутливим до зниження цін, його приваблюють товари, ціни на які тимчасово знижені. З двох конкуруючих марок він обере ту, яка є об'єктом зниження цін.

Цінові знижки можна поділити на такі категорії [2, с.82]:

- кількісні: зменшення ціни при збільшенні обсягу замовлення;
- акційні знижки: на період проведення промозаходів;
- святкові знижки: під час свят або особливих подій;
- сезонні знижки: для сезонних товарів у післясезонний період.

Розглянемо різні аспекти впливу цінових знижок на поведінку споживачів. Головним серед інших можна виділити психологічний аспект. Для багатьох споживачів можливість зекономити гроші або отримати товари та послуги за більш низькою ціною створює психологічну ілюзію вигоди. Цей позитивний афект може призвести до імпульсивних покупок та підвищеної задоволеності від

них. Дослідження в галузі психології ціни підтверджують, що знижки можуть впливати на споживачів, знижуючи їхнє сприйняття вартості продукту та роблячи його більш привабливим.

Знижки можуть також впливати на рішення споживачів через психологічну терміновість. Знижки з обмеженим строком дії створюють почуття терміновості, і споживачі, боячись пропустити вигідну пропозицію готові до швидкої купівлі. Цей тиск може призвести до спонтанних рішень та збільшити кількість покупок [3].

Цінові знижки часто включаються в системи лояльності та бонусні програми, що роблять споживачів більш прихильними до конкретного бренду чи магазину. Споживачі, які регулярно отримують знижки, стають більш схильними до повторних покупок.

Соціокультурні аспекти та інші фактори також важливі для розуміння впливу знижок. Деякі дослідження показують, як інформація про знижки, яку споживачі отримують від друзів та родини через соціальні мережі, може впливати на їхні рішення про покупку [4].

Дослідження впливу різних видів знижок розкривають, що вони можуть використовуватися для різних цілей. Знижки на першу покупку можуть бути важливими для нових клієнтів, зменшуючи бар'єри для здійснення першої покупки. Сезонні акції створюють почуття терміновості і стимулюють продажі під час високих сезонів. Програми лояльності підтримують постійний інтерес споживачів і сприяють утриманню клієнтів. Купони та промокоди стають важливими в онлайн-торгівлі, де споживачі активно шукають можливості зекономити гроші.

Соціальні мережі та впливові особи розширюють можливості розповсюдження інформації про знижки, роблячи їх більш доступними та привабливими для споживачів [4]. Бренди та компанії знаходяться в постійному пошуку нових способів привертання клієнтів. Знижки та акції стали важливими для створення привабливих пропозицій та адаптації до сучасних умов.

Враховуючи психологічний та соціокультурний аспекти впливу цінових знижок на поведінку споживача можна застосовувати в стимулюванні збуту "знижки за відходи". Сутність цього виду знижок полягає в створенні магазином або компанією програми, яка надихатиме споживачів віддавати відходи для подальшої переробки в обмін на цінові знижки при покупці товарів. Тобто кожний клієнт, який принесе відходи (пластикові пляшки, скло, папір, зношений одяг тощо) до магазину, отримує певну знижку на покупку. Процес реалізації



такої акційної програми буде складатися з кількох етапів:

1. *Збір відходів*: Покупці можуть принести відходи до магазину та залишити їх у спеціально відведеному місці для отримання знижки.

2. *Перевірка та оцінка*: Ваші співробітники проводять перевірку та оцінку відходів, за які може бути нарахована знижка на майбутні покупки. Наприклад, за кожен кілограм відходів, покупець отримує певний відсоток знижки.

3. *Заохочення до участі*: Для більшого заохочення споживачів, можна проводити акції типу "День відходів", під час якого знижка подвоюється або надається в подвійному обсязі.

4. *Проекти зі збору відходів*: Додатково, можна спонсорувати екологічні проекти чи організації для боротьби з забрудненням довкілля та переробки відходів. Це допоможе підвищити позитивне враження про бренд та привернути більше уваги до компанії.

Переваги “знижок за відходи” :

- створення позитивного іміджу бренду;
- привертання уваги споживачів і заохочення їх до участі в екологічних ініціативах, що також сприятиме збільшенню обсягів продажів;
- сприяння зменшенню відходів та підвищенню екологічної свідомості населення.

Таким чином, ця акція може бути вигідною як для бізнесу, так і для споживачів та навколишнього середовища.

**Висновки.** Знижки залишаються важливим елементом маркетингових цінових стратегій, і розуміння їх впливу на споживачів допомагає компаніям привертати та утримувати клієнтів в умовах зростаючої конкуренції і змін на споживчих ринках.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Семененко К.Ю., Скригун Н.П., Цимбалюк Л.Г. *Методи цінового стимулювання збуту та умови їх використання* / Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу №4(16), 2011.

2. Сокол П.М., Мовчан А.О. *Особливості стимулювання збуту на торговельному підприємстві.* / Причорноморські економічні студії. 2021, Випуск 65. URL: [http://bses.in.ua/journals/2021/65\\_2021/14.pdf](http://bses.in.ua/journals/2021/65_2021/14.pdf)

3. *The Impact of Discounts on Online Customer Behavior* / *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 2017.

4. Pantha, B. (2022). *Impact of social media marketing on consumer buying behaviour. Nepalese Journal Of Business, A Journal of Uniglobe College , 9(ISSN:2392-4780), 2.*

*Соломка Сергій Вікторович*

*магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Науковий керівник: Дименко Руслан Анатолійович*

*д-р екон. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, КНУБА*

## СТРАТЕГІЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ В КОНТЕКСТІ DIGITAL- МАРКЕТИНГУ

Н  
У  
Р

Стратегія ціноутворення є актуальним для сучасних організацій та компаній, що орієнтовані на отримання прибутку, для досягнення конкурентних переваг. Останнім часом в області маркетингу з'явився ряд дослідницьких напрямків, всі вони пов'язані з ключовою управлінською проблемою ціноутворення. У той час як ціноутворення є предметом досліджень в економіці стільки, скільки існують дослідження в економіці, актуальні інформаційні підходи та алгоритми до вивчення ціноутворення пропонують унікальний погляд на цю важливу проблему та підкреслюють взаємозв'язок між ціною та іншими елементами структури маркетингу в рамках сучасного аналізу даних. Це дієвий спосіб дослідити стратегію ціноутворення, оскільки компанії зазвичай приймають рішення щодо ціноутворення на основі аналізу ретроспективних та прогнозованих даних та рішеннями щодо варіативних маркетингових об'єктів. З точки зору підходів до стратегії ціноутворення можна виділити наступні:

- Ціноутворення «витрати плюс». Потрібно зробити свої витрати і додати націнку.
- Конкурентоспроможні ціни. Зафіксувати ціну на основі того, як корелюється ціна у конкурентів.
- Скіммінг цін. Встановити високу ціну та знизити її в міру розвитку ринку.
- Проникаюче ціноутворення. В даному випадку потрібно встановити низьку ціну, щоб вийти на конкурентний ринок, а потім підняти її.
- Ціноутворення на основі вартості. Сформувати ціну вашого продукту чи послуги на основі такої величини, яка на думку клієнта варта даного продукту чи послуги.

Одне з головних актуальних питань конкурентної компанії – стратегія пошуку ціни, яка принесе найбільший прибуток з огляду на ваші обставини. Оскільки ціноутворення – це процес прийняття рішення, яке не повинно

0  
0  
0

керуватися виключно обліком. Для того щоб сформувати відповідну ціну потрібно врахувати фактори, які деякі підприємці можуть не помітити. Розглядаючи ціну, важливо розуміти, що вона не для внутрішнього кейсу, а для цільових покупців. Вони мають переконатися, що ціна знаходиться в межах прийняттого для них діапазону, а ваша здатність визначати ціну обмежена вашими витратами. [1]

Розглянемо кілька стратегій ціноутворення:

- Ціноутворення «витрати плюс». Багато бізнесменів і споживачів вважають, що ціноутворення за принципом «витрати плюс» або ціноутворення з націнкою є єдиним способом встановлення ціни. Ця стратегія об'єднує всі додаткові витрати для одиниці, що продається, із фіксованим відсотком, доданим до проміжної суми.
- Кооперативне ціноутворення. У кооперативному ціноутворенні ви відповідаєте тому, що робить ваш конкурент. Збільшення конкурента на один долар призводить до підвищення вашої ціни на долар. Їхнє зниження ціни на два долари призводить до того ж з вашого боку. Кооперативне ціноутворення подібне до того, як, наприклад, АЗС встановлюють ціни на свою продукцію. Слабкість цього підходу полягає в тому, що він залишає вас вразливими до того, що ви не приймаєте оптимальних рішень для себе, тому що ви занадто зосереджені на тому, що роблять конкуренти.
- Зневажлива ціна. Якщо ви очолюєте свій ринок і продаєте продукт чи послугу преміум-класу, варіантом може стати зневажливий підхід до ціноутворення. При такому підході ви встановлюєте ціну, яку хочете, і не реагуєте на те, що роблять ваші конкуренти. Фактично, їх ігнорування може збільшити розмір захисного рову навколо вашого лідерства на ринку.
- Знімання ціни. Компанії використовують скидання цін, коли впроваджують нові інноваційні продукти, які не мають конкуренції. Спочатку вони ставлять високу ціну, а потім з часом її знижують. Виробник, який випускає новий та унікальний в даний момент часу тип електроніки, може встановити високу ціну, щоб вийти на ринок ентузіастів технологій (ранніх користувачів). Висока ціна допомагає бізнесу окупити частину витрат на розвиток. Потім, коли ринок перших користувачів стає насиченим і продажі падають, виробник знижує ціну, щоб охопити більш чутливий до ціни сегмент ринку.
- Ціноутворення за проникнення. Обґрунтування такого підходу можливо для ринку з великою кількістю подібних продуктів і клієнтами, чутливими до ціни, значно нижча ціна може виділити ваш продукт. Ви можете спонукати клієнтів

змінити бренд і створити попит на ваш продукт. Як наслідок, таке збільшення обсягу продажів може принести економію на масштабі та знизити вартість одиниці продукції. Натомість компанія може вирішити використовувати ціноутворення за проникнення для встановлення технологічного стандарту. Ціноутворення за проникнення має сенс, коли ви встановлюєте низьку ціну на ранній стадії, щоб швидко створити велику клієнтську базу.

– Ціноутворення на основі вартості. У ціноутворенні на основі цінності сприймана цінність для клієнта в основному базується на тому, наскільки добре вона відповідає потребам і бажанням кожного клієнта. Ціна краще відповідає перспективі клієнта. Ціноутворення приносить більше прибутку, дозволяючи отримати більше ресурсів і розвивати свій бізнес. Коли ціна не працює, відповідь полягає не лише в тому, щоб її знизити, а й у тому, щоб визначити, як вона може краще відповідати цінності споживача. Це може означати зміну продукту, щоб він краще відповідав ринку. Розглянемо переваги і недоліки різних цінових стратегій (табл.1). В подальшому дані стратегії ціноутворення компанії можуть використовувати в інформаційній обробці та алгоритмів та моделей прогнозування для підвищення продажів і прибутку [2]. Використання цього підходу дозволить удосконалити підхід компаній до стратегії ціноутворення.

–Так, наприклад, динамічне ціноутворення з використанням прогнозної аналітики на основі штучного інтелекту передбачає коригування цін у режимі реального часу на основі ринкового попиту, рівня запасів та інших факторів. Сучасні алгоритми можуть аналізувати дані в режимі реального часу, щоб прогнозувати попит, визначати тенденції ціноутворення та коригувати ціни в режимі реального часу. Такий підхід гарантує, що бренди завжди будуть в курсі змін на ринку та можуть швидко коригувати ціни для оптимізації прибутку. Використовуючи динамічне ціноутворення, бренди можуть пропонувати знижки в повільні періоди або підвищувати ціни, коли попит високий, максимізуючи свої прибутки [3].

## Переваги і недоліки різних цінових стратегій

	Переваги	Недоліки
Ціноутворення «витрати плюс»	Економія часу	Не містить цінності для клієнта
Конкуренто-спроможна ціна	Просто: підлаштовується під ціни конкурентів Агресивне ціноутворення: добре для компаній зі здоровою прибутковістю Зневажливе ціноутворення: забезпечує захист лідерства на ринку	Занадто зосереджується на тому, що роблять інші. Нижчі ціни можуть спричинити фінансові проблеми, якщо обсяг продажів зменшиться. Ігнорування конкурентів може зробити компанії уразливими для несподіванок на ринку.
Збирання ціни	Ранні високі ціни допомагають компенсувати витрати на розробку.	Продукти-копії можуть позбавити потенціал продажів на пізнішому етапі .
Ціноутворення за проникнення	Значно нижча ціна може спонукати клієнтів змінити бренд	Цінові війни та занижкі ціни можуть стати нормою.
Ціноутворення на основі вартості	Благодійність для виробів кустарного виробництва, високотехнологічних продуктів та інших унікальних послуг.	Це не вигідно для всіх продуктів, де диференціація не є ключовою змінною.

Спільне використання поїздок використовує інтелектуальну аналітику на основі штучного інтелекту, щоб коригувати ціни на основі ринкового попиту в реальному часі та умов дорожнього руху для справедливого ціноутворення. Виробнича компанія використовує інтелектуальну аналітику на основі штучного інтелекту, щоб коригувати ціни в режимі реального часу на основі збоїв у ланцюзі поставок і ринкового попиту на конкурентоспроможні ціни. Оптимізація цін передбачає використання алгоритмів, які аналізують ринкові дані в реальному часі, ціни конкурентів і поведінку клієнтів, щоб визначити найкращу стратегію ціноутворення. За допомогою поєднання сучасних інформаційних та математичних моделей компанії можуть обробляти великі обсяги даних, щоб визначити найбільш прийнятну ціну для своїх продуктів або послуг у будь-який момент часу [4].

Отже, стратегія ціноутворення на основі сучасних методів аналізу та прогнозування дозволяє персоналізувати стратегію ціноутворення для кожного сегмента ринку, кластеризувати товари та послуги з урахуванням явних та

неявних запитів покупців. Така стратегія може підвищити лояльність клієнтів і збільшити продажі, пропонуючи ціни, які відповідають потребам і готовності кожного клієнта здійснити купівлю товарів або послуг. Використовуючи сучасну онлайн аналітику на основі інтелектуальних інформаційних моделей, бренди можуть побудувати міцні канали продажу як з цілими секторами економіки так і з окремими клієнтами та підвищити їхню задоволеність.

**Список використаних джерел:**

1. *Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : Матеріали II Міжнародної наук.-практ. інтернетконф. : (Київ, 29 квітня 2021 року : тези доповідей). Відп. ред. П. В. Захарченко. Київ : КНУБА, 2021. – 308 с.*
2. *Roshan Ambler: Digital Marketing Practitioner Simple AI Strategies in SEO for Amazing Results, URL: <http://surl.li/pyptx>*
3. *Fritts, M., Cabrera, F. (2021): AI recruitment algorithms and the dehumanization problem. EthicsInf Technol 23, 791–801*  
*Sterman J. Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World. 2000. Boston: McGraw-Hill Companies. 276 p.*
4. *Marchuk O. O. Digital marketing as an innovative management tool. Economy and Society. 2018.*

*Щербей Ігор Мирославович*

*аспірант, Київський університет ринкових відносин,*

*Науковий керівник: Кулік Анна Володимирівна*

*к. е. н., доц., завідувач кафедри менеджменту, публічного адміністрування та*

*маркетингу, Київський університет ринкових відносин*

*<https://orcid.org/0000-0002-2601-3833>*

## **НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СКЛАДСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПІДПРИЄМСТВА**

**Актуальність.** Оптимальна робота складу пов'язується з логістичними вигодами і витратами, ринковою вартістю товару і рентабельністю всього логістичного ланцюга, однак при цьому мало уваги приділяється рентабельності самого складу. Особлива увага звертається на зростаючу роль логістичного проектування складського господарства. Це пов'язано з тим, що в сучасних умовах при організації складського господарства ставиться за мету створити не абстрактні місця, а робочу систему з певними характеристиками, яка дозволяє обробити необхідний обсяг товару [1, 2, 4].

Умовами оптимальної роботи складу і складського транспорту, зокрема, на сучасному підприємстві є постійний моніторинг роботи складу, модернізація і мобільність складського устаткування, а також заходів щодо збільшення оптимального завантаження складу. Виконання таких умов і є проблемою для роботи сучасного складу. Цій проблемі приділяється недостатньо уваги, і тому вона вимагає подальшого вивчення [1, 4].

**Мета.** Вивчити основні напрямки удосконалення складського господарства підприємства.

**Викладення основного матеріалу** Існує п'ять основних типів автоматизованих систем управління, представлених на ринку [3]:

1. Системи управління класу MRPI та MRPII, які виконують різноманітні функції щодо планування потреби в сировині та матеріалах, а також функції прогнозування та контролю.

2. Системи управління класу ERP. В рамках таких систем існують модулі, які виконують функції управління складом. Враховуючи універсальність таких рішень, функціональність цих систем обмежена. Їх доцільно використовувати на підприємствах, для яких характерні стандартні, без зміни тривалості часу бізнес-процеси.



3. Інтегровані системи по типу SCM («Управління ланцюгами постачання»). Ця система забезпечує планування та управління усіма потоками інформації, матеріалів та послуг від постачальника до кінцевого споживача.

4. Вітчизняні автоматизовані системи управління складами, розроблені на замовлення (наприклад, 1С Склад та ін.). Широке використання даних систем на українських підприємствах пояснюється їх простою структурою, невисокою вартістю та відсутністю необхідності додаткового навчання фахівців;

5. Спеціалізовані Warehouse Management System (WMS). Вони є найбільш повним за функціональним змістом варіантом розв'язання проблеми автоматизованого управління складом. Саме в них закладено найбільш оптимальні правила поведінки системи в різноманітних ситуаціях. Завдання впровадження системи зводиться до адекватної конфігурації цих правил відповідно до бізнес-процесу певного підприємства (складу).

Найбільш ефективною з них можна вважати систему SCM, що пояснюється використанням системного підходу до управління усіма потоками на підприємстві. Проте відсутність єдиних стандартів ведення транспортно-експедиторської документації та наявність недобросовісної конкуренції між постачальниками робить неможливим використання даної системи у повній мірі на українському ринку.

На нашу думку, WMS в процесі функціонування складського господарства в будь-якій ситуації дозволяють вирішувати завдання миттєвого прийняття рішень. Перевагами даної системи є управління товаром та схемами його пакування; складськими операціями; співробітниками; закупівлями; продажами (замовленнями на відвантаження та доставку) [3].

Саме ця система дає можливість зменшити кількість помилок персоналу та забезпечити оптимізацію його роботи. Економічний ефект від впровадження таких систем досягається за рахунок підвищення оборотності складу, зниження втрат, підвищення ефективності роботи персоналу, зростання точності та швидкості збору замовлень, покращення якості обслуговування клієнтів.

Іншою проблемою сучасного складу є неефективне використання площі. Це створює некомфортні умови роботи комірників і складського транспорту, що приводить до зниження швидкості виконання функцій складського господарства.

Взаємодія складського транспорту із зовнішнім середовищем пов'язана з інтенсивністю товарообігу і вантажопотоку, зовнішнім транспортом і транспортною тарою, проведенням вантажно-розвантажувальних робіт,

своєчасним наданням товарів і послуг споживачам, документообігом.

Роль складського транспорту безпосередньо на складському об'єкті (внутрішнє середовище) полягає в перетворенні параметрів матеріального потоку. Під параметрами слід розуміти напруженість, потужність, ритмічність, структуру матеріальних потоків, а також тип і спосіб упакування продукції, час прибуття і відправлення транспортних партій.

Ситуація, що складається зараз, змушує компанії активно шукати шляхи скорочення витрат. При правильному використанні складської організації витрати на техніку й енергоносії можуть бути зменшені в кілька разів. Це можливо завдяки застосуванню сучасного економічного, високоефективного й надійного вантажопідйомного устаткування на складах й у цехах з інтенсивним вантажообігом у сполученні із засобами малої механізації й штабелерами на малозавантажених ділянках технологічного циклу.

При зберіганні з товаром не виконується ніяких операцій, отже, основна задача – оптимальне використання простору складу. Обмеження виникає при вирішенні завдання вільного доступу до кожного виду товару і при врахуванні принципу ФІФО («першим надійшов – першим пішов»).

Основним шляхом раціоналізації транспортно-складського господарства має стати комплексність розвитку всіх його складових: транспортних засобів, навантажувально-розвантажувальних пристроїв; складських комплексів; обробної виробничої тари; внутрішніх транспортних шляхів; зв'язку; виробничо-технічної бази для технічного обслуговування і поточного ремонту транспорту і навантажувально-розвантажувальних пристроїв.

**Висновки.** Враховуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що складське господарство є важливою складовою частиною інфраструктури торгівлі, однак стан його розвитку в Україні не відповідає сучасним вимогам. Серйозної уваги потребує реконструкція і технічне переозброєння існуючих складів. Тому проектування складів необхідно здійснювати з урахуванням наступних факторів:

- Застосування найбільш сучасних технологій обробки матеріальних потоків.
- Використання вантажно-розвантажувальної техніки нового покоління.
- Широке використання нових видів універсальних і спеціальних стелажів.
- Впровадження сучасних автоматизованих систем управління зі сканерами штрихових кодів.
- Розвиток систем автоматизації складських операцій.

– Розрахунок економічних показників і визначення періоду окупності.

**Список використаних джерел:**

1. Жалдак Г. П., Дем'ян А. Л. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства // *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: зб. тез доп. I Міжнародної наук.- практ. конф., 23 квіт. 2020 р. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2020. С.208-209.*

2. Васелевський М., Білик І., Дейнега О., Крикавський Є., Якимішин Л. *Економіка логістичних систем: монографія. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2018. С.534–549.*

3. П'ять основних технологій для цифрової трансформації в логістиці.  
URL: <https://www.everest.ua/ai-platform/ai-business/p-yat-ključovih-tehnologij-dlya-cifrovoi-transformacii-vlogistici/> (дата звернення: 10.10.2023).

4. Клімова І. Г. *Проблеми та передумови використання логістики в Україні. Держава та регіони. 2016. № 3. С. 143—147 5.*

**Юдічева Ольга Петрівна,**

*к.т.н., доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, Київський національний університет будівництва і архітектури*

<https://orcid.org/0000-0003-4421-3318>

**Бондар-Підгурська Оксана Василівна,**

*д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту, Полтавський університет економіки та торгівлі*

<https://orcid.org/0000-0001-7792-4023>

## **ВПЛИВ ЕМОЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО СТАНУ СПОЖИВАЧІВ НА РІШЕННЯ ЩОДО ПОКУПОК: СИТУАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ**

**Актуальність.** Емоції виникають як реакція на явища оточуючого світу, які або задовольняють потреби людини або їх не задовольняють. У випадку, коли певне явище не відповідає потребам, з'являються негативні емоції, а коли повністю відповідає потребі – позитивні. Емоції успіху (позитивні) збільшують прагнення людини досягти конкретної мети, емоції неуспіху (негативні), навпаки, перешкоджають, дезорганізують, втомлюють.

Емоції споживачів можуть бути сильною рушійною силою, коли мова йде про покупки. Практично будь-яка емоція може вплинути на придбання того чи іншого товару, тому вивчення їх впливу на бажання споживача придбати той чи інший товар є актуальним. Приймаючи рішення про покупку, на споживачів впливають їхні переконання, погляди, цінності, риси особистості та інші психологічні фактори [1].

**Мета.** Обґрунтувати та візуалізувати вплив емоційно-психологічного стану споживачів на процес прийняття рішень щодо здійснення покупок з позиції ситуаційного маркетингу.

**Викладення основного матеріалу.** До основних емоцій, які можуть впливати на поведінку споживача відносять: страх, невпевненість, жадібність, заздрість, кохання, гордість, задоволення. Їх часто використовують виробники товарів у своїх маркетингових і рекламних кампаніях (табл. 1).

## Способи впливу емоцій на поведінку споживача [2]

Емоція	Способи впливу
Страх	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стимулювати появу страху втрати («якщо Ви сьогодні не скористаєтесь знижками на цей товар, то Ви втратите дуже привабливу можливість!»); «Якщо не хочете втратити здорові зуби, починайте вже сьогодні користуватимуся зубною пастою «Parodontax»);</li> <li>- пробудити страх отримати травму під час занять спортом («Ви ж не хочете травмувати коліна? Придбайте наколінники !»)</li> </ul>
Невпевненість	<ul style="list-style-type: none"> <li>- неодноразово нагадувати про те, що товари продаються лише протягом короткого періоду часу;</li> <li>- створити відчуття ексклюзивності, наголошуючи на тому, що товари доступні лише для певних клієнтів</li> </ul>
Жадібність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сприяти створенню у покупців «штучного бажання» купити більше, ніж один товар одночасно («Два за ціною одного!»)</li> </ul>
Заздрість	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зробити все, щоб людина порівнювала себе з іншими і ставила сама собі запитання: «А що вони мають, чого немає в мене? Вони щасливіші за мене?»</li> </ul>
Кохання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- запевнити споживача в тому, що коли він купує подарунок коханій людині, то ця річ почне виражати його любов навіть без слів</li> </ul>
Гордість	<ul style="list-style-type: none"> <li>- запевнити покупця, що володіння певними предметами може дати їм приємне відчуття престижу. Це стосується дорогих речей, таких як діаманти, розкішні сумки та престижні автомобілі</li> </ul>
Задоволення	<ul style="list-style-type: none"> <li>- створити у споживача ілюзію того, що покупка конкретного товару – це можливість отримати задоволення, стати щасливим (якщо в рекламі шоколаду дівчина відкушує шматочок і має в цей час надзвичайно задоволений вигляд – то в багатьох виникає бажання теж спробувати цей шоколад і, значить, отримати задоволення</li> </ul>

Ще один спосіб використання емоцій для впливу на рішення про купівлю –

це розповідати історії. Емоційне оповідання являє собою спеціальний технічний прийом для створення певного контенту. Його застосування спрямоване на те, щоб розповідь викликала сильну емоційну реакцію в аудиторії. Мова йде про те, щоб максимально використати силу життєвої історії, перейти у спілкуванні з людьми на глибинний рівень, залучати їхні емоції і змусити слухачів відчувати себе причетними до історії, яку розповідають [3].

Суть емоційної історії полягає у створенні відчуття співпереживання та спільного досвіду між сторітелінгером і аудиторією. Ця техніка переважно використовується в контент-маркетингу, де бренди використовують сторітелінг для того, щоб побудувати міцні стосунки зі своєю аудиторією та зробити свої товари чи послуги більш релевантними. Створюючи емоційно резонансний контент, бренди можуть залучити більшу кількість покупців і залучити лояльних прихильників.

Емоційну історію вважають потужним інструментом для створення контенту, який справді резонує з емоціями споживачів. Тобто можна створити тривалий зв'язок між сторітелінгером і аудиторією, і цей зв'язок має всі підстави залишитися довготривалим.

Є шість типів історій, які можна розповісти за допомогою реклами [4]:

- показати споживачам, що ви не байдужі, що ви поділяєте їх цінності.
- довести, що ви розумієте свою аудиторію;  
показати, як ваші продукти чи послуги можуть полегшити життя споживача;
- демонструвати переваги певних товарів або послуг.
- показувати споживачам, що ви знаєте про їх труднощі. Створіть рекламу, зосереджену на поширених викликах і невдачах, з якими стикаються люди, а також на тому, як ваші продукти чи послуги можуть допомогти їм їх подолати.
- демонструйте те, як ваші продукти та послуги можуть допомогти людям досягти їх.

У подібних випадках є сенс застосовувати ситуаційний підхід [5-7] та формувати альтернативні маркетингові стратегії (стратегії впливу). Візуалізація впливу емоційно-психологічного стану споживача як рушійної сили щодо здійснення покупок у форматі ситуаційного маркетингу представлено на рис.1.

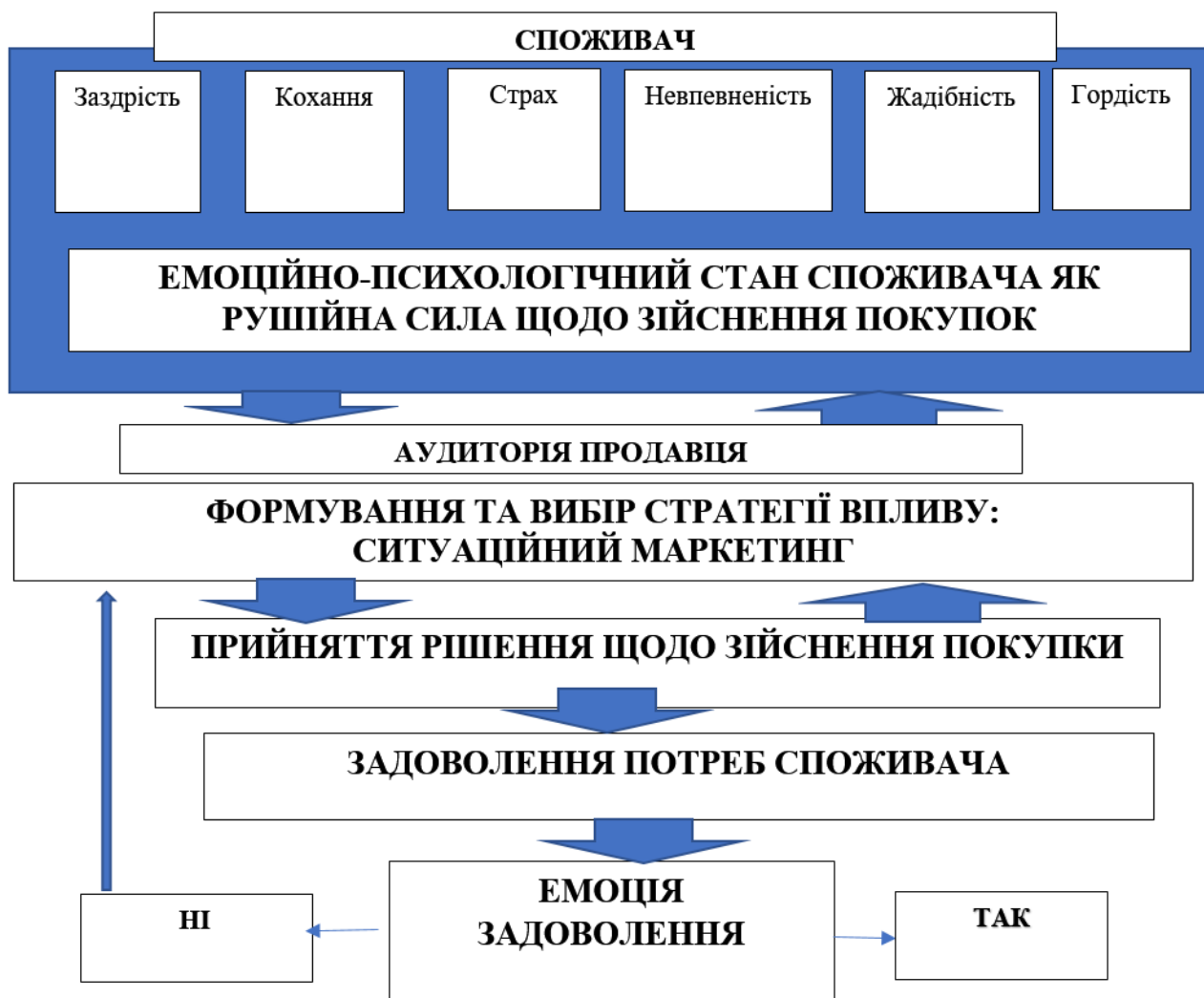


Рис.1. Візуалізація впливу емоційно-психологічного стану споживача як рушійної сили щодо здійснення покупок: формат ситуаційного маркетингу  
*Джерело: авторська розробка*

**Висновки.** Теорія Маслоу стверджує, що люди мають ієрархію потреб, починаючи від основних фізіологічних потреб до самоактуалізації. Розуміння цих потреб може інформувати про маркетингові стратегії, які резонують із споживачами на різних емоційних рівнях. А споживачі досить часто під час купівлі товарів керуються не раціональними судженнями, а емоційними.

Вибір правильної маркетингової стратегії веде до повного задоволення потреби споживача та емоції задоволення. У протилежному випадку варто обрати іншу стратегію.

**Список використаних джерел:**

1. *Functions of Emotion in Psychology – Concept and Characteristics, Psychology of Emotional Phenomena and Their Management.* URL: <https://srk.com.ua/funkci%D1%97-emoci%D1%97-u-psixologi%D1%97-ponyattya->

- [ta-xarakteristika-psixologiya-emocijnix-yavishh-ta-upravlinnya-nimi/](#) (дата звернення: 16.10.2023 р.)
2. *The role of emotions in human life.* URL: <https://www.psyhelp.com.ua/2021/08/30/rol-emoczij-u-zhytti-lyudyny/> (дата звернення: 16.10.2023 р.)
3. *The role of emotional storytelling in content distribution.* URL: <https://aicontentfy.com/en/blog/role-of-emotional-storytelling-in-content-distribution> (дата звернення: 16.10.2023 р.)
4. *Ways To Use Emotional Storytelling As A Marketing Strategy.* URL: <https://www.angoramedia.com/blog/6-tips-using-emotional-storytelling-marketing-strategy> (дата звернення: 16.10.2023 р.)
5. Бондар О. В. Становлення та еволюція концепцій ситуаційного менеджменту в період опанування інноваційної моделі розвитку економіки України та євро інтеграції. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Серія: Економічні науки.* 2008. № 4 (31). С. 114–119.
6. Бондар О. В. *Ситуаційний менеджмент. навч. посіб. 2-ге видання, перероблене та доповнене.* Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
7. Бондар-Підгурська О.В., Мирна Н.М., Полонський І.О. Ситуаційний підхід до управління інноваційною політикою підприємств України в умовах необхідності реалізації цілей сталого розвитку. *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 25-26 березня 2020 року).* Київ: Вид. центр КНУКіМ. 2020. Частина 2. С.149-151



**Юдічева Ольга Петрівна,**

*к.т.н., доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*<https://orcid.org/0000-0003-4421-3318>*

**Глєбова Алла Олександрівна,**

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і логістики, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

*<https://orcid.org/0000-0002-7030-948X>*

## **СПОСОБИ ВПЛИВУ НА ОРГАНИ ЧУТТЯ СПОЖИВАЧА У ВІЗУАЛЬНОМУ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ**

**Актуальність.** Візуальний мерчандайзинг – це практика організації та демонстрації товарів у торговому просторі. Його використовують для того, щоб презентувати товар та його особливості; привернути увагу споживачів; зробити так, щоб покупці почувалися комфортно в торговому залі; забезпечити ріст продаж.

**Мета.** Вивчити способи впливу на органи чуття споживача у візуальному мерчандайзингу.

**Викладення основного матеріалу.** Візуальний мерчандайзинг включає такі елементи [1-2]:

а) вітрини. Вони :

- привертають увагу споживача та спонукають його зайти в магазин;
- допомагають ознайомити з новими товарами;
- інформують стосовно рекламних акцій;
- демонструють індивідуальність певного бренду товарів;
- задовольняють потребу споживача у фантазуванні і створенні в уяві яскравих образів того, як товари будуть виглядати на них або в їхніх домішках;

б) планування магазину: Цей елемент включає в себе:

- зазначення точних місць, де розміщені певні групи товари;
- уточнені напрямки руху покупців по магазину;
- розташування касових апаратів.

в) манекени, тобто їх тип та стиль і розташування в торговому залі;

г) дисплей у точках продажу:

- вивіски,

- декор,
- фізична структура;

- д) групування, тобто демонстрацію різних товарів разом однією групою, щоб показати клієнтам, як вони можуть використовувати кілька товарів одночасно;
- е) атмосфера магазину (гучна, весела або спокійна);
- є) зовнішні вивіски. Їх мета – повідомити актуальну інформацію про магазин і задати тон;
- ж) зовнішнє кріплення – банери та навіси, які створюють перше враження клієнта про магазин;
- з) сезонні виставки. Вони потрібні для того, щоб демонструвати нові товари, спонукати до додаткових покупок і викликати інтерес;
- и) інформація про товари. Тобто способи доведення інформації до споживача – те, як повідомляють деталізовані дані щодо товару (розмір етикеток, шрифт, колір);
- і) дизайнерські рішення, тобто підлога, текстиль та інші матеріали, які можуть створити загальне уявлення про естетику магазину [3].

Споживачі часто формують своє перше враження ґрунтуючись на тому, що вони бачать, чують, нюхають або навіть смакують. Коли покупець заходить в магазин, то задіяні всі його органи відчуття .

Для того, щоб створити для покупців привабливий та захоплюючий шопінг, багату на емоції пригоду, або так званий «сенсорний брендинг», у візуальному мерчандайзингу рекомендують постійний позитивний вплив на п'ять органів чуття людини – зір, слух, дотик, нюх, смак [4-5] (рис.1).

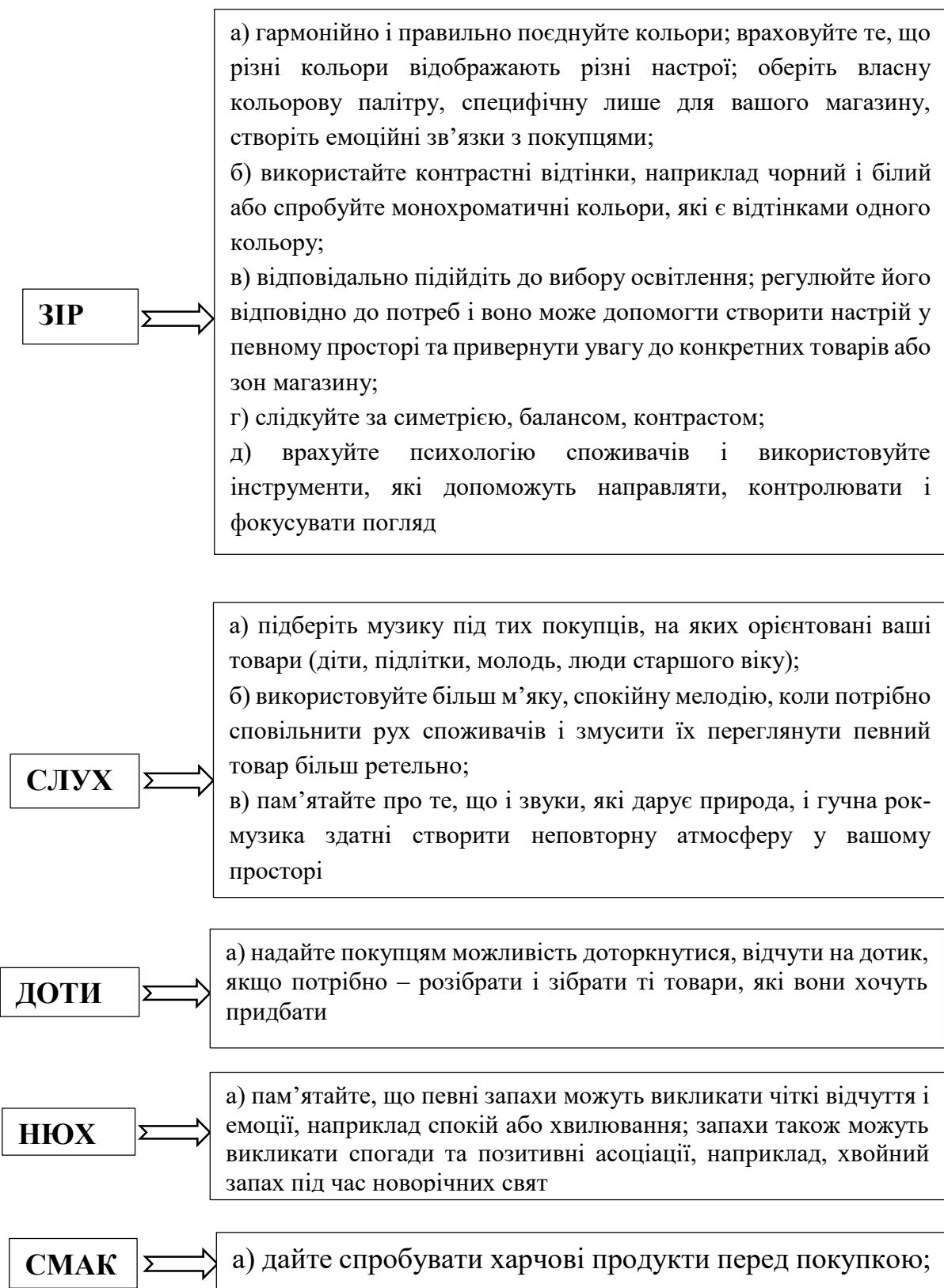


Рис. 1. Способи впливу на органи чуття споживача у візуальному мерчандайзингу [4]

**Висновки.** Згідно з дослідженням фахівців з нейромаркетингу Університету Рокфеллера, людина запам'ятовує 1 % того, до чого вона доторкнулася; 2 % почутого; 5 % побаченого, 15 % того, що спробувала на смак, і 35 % того, що

відчула. А, оскільки від 85 до 95% покупок є підсвідомими рішеннями, професійний візуальний мерчандайзинг набуває все більшої популярності [4].

Розвиток соціальних мереж в останні роки став необхідним інструментом для комунікації. У споживачів виникає бажання опублікувати відео історії покупки товару в магазині, який викликав захоплення, або розмістити фотографії товарів у своїх стрічках. Завдяки цьому як магазин, так і товар, будуть розрекламовані ширшій аудиторії і це може вплинути на ріст продаж. Тобто, досконалий візуальний мерчандайзинг надихає покупців ділитися фотографіями конкретного магазину в різних соціальних мережах. Отже, мультисенсорний досвід є досить привабливим і найбільше запам'ятовується покупцям і його використання у візуальному мерчандайзингу має цілу низку переваг.

### **Список використаних джерел:**

1. *What Is Visual Merchandising? Definition, Types and How To Use It.* URL : <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/what-is-visual-merchandising> (дата звернення: 21.10.2023 р.).

2. *Visual Merchandising.* URL : <https://www.scorpionplanogram.com/visual-merchandising/> (дата звернення: 21.10.2023 р.).

3. *Visual Merchandising: 6 rules to follow to seduce consumers (with examples).* URL: <https://texageres.com/en/selling/visual-merchandising-rules-to-follow/> (дата звернення: 21.10.2023 р.).

4. *Sensory Marketing: the Power of the 5 Senses in Retail.* URL : <https://www.kendu.com/retail-news-trends/sensory-marketing/> (дата звернення: 21.10.2023 р.).

5. *How to Create a Retail Experience that Appeals to the 5 Senses.* URL : <https://www.palmerretailsolutions.com/blog/retail-experience>. (дата звернення: 21.10.2023 р.).

## Секція 5.

### «ПОВОЄННА ВІДБУДОВА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПОТЕНЦІАЛ ТА СТРАТЕГІЯ ПЕРЕТВОРЕНЬ»

УДК 338+339.9

*Шпакова Ганна Валентинівна*  
професор, д.е.н., проф., КНУБА,

*Шпаков Андрій Васильович*  
професор, д.е.н., доцент, КНУБА,

### ПРОБЛЕМАТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ ПЛАНУ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Зруйнована Європа 40-х років ХХ століття витратила декілька років після завершення другої світової війни на розробку і започаткування проєкту економічного відновлення – так званий план Маршалла. Але мало хто згадує, що блискучому, як гадає більшість сучасних аналітиків, плану по залученню донорської допомоги постраждалим європейським країнам, передував провальний план міністра фінансів США Генрі Моргентау, який був запропонований ще до закінчення війни в 1944 році.

До чого таке історичне нагадування? Для запобігання помилок, для використання чужого досвіду, для мінімізації наслідків невдалих рішень, а останні, нажаль, завжди будуть. Питання в їхній ціні.

Правильним рішенням українського уряду є складання плану відновлення країни вже зараз в період військового стану, навіть до закінчення активних бойових дій. На другий день після Перемоги суспільство повинно мати робочий план дій. З цією метою 21.04.2022 р. Президент України підписав наказ про утворення Національної ради з відновлення України від наслідків війни [1]. В травні того ж року Комітету з питань економічного розвитку Верховної Ради був представлений концептуальний план відновлення. Документ в цілому не є публічним з об'єктивних причин, але основні його принципи були оприлюднені очільником Офісу Президента [2]. А вже на початку липня 2022 р. прем'єр-міністр України на конференції в Лугано презентував міжнародній політико-економічній спільноті документ на понад 2000 сторінок, що містить перелік можливих проєктів відновлення у різних галузях [3].

Основна візія відновлення України – це «Сильна європейська країна – магніт для іноземних інвестицій». Принципи, на яких складено план, наступні:

- 1) повний доступ до ринків ЄС та Великої сімки;

- 2) отримання статусу кандидата, а потім повноправне членство в ЄС;
- 3) побудова економіки на принципах дерегуляції та лібералізації;
- 4) налагодження логістичних маршрутів в західному напрямку;
- 5) перехід від експорту сировини до переробки в тих галузях, які дають найбільшу експортну виручку;
- 6) розвиток вітчизняного військово-промислового комплексу;
- 7) самодостатність в енергетиці досягатиметься збільшенням видобування власного газу та розвитком атомної енергетики;
- 8) кліматична модернізація;
- 9) локалізація не менше 60% - У відновленні України будуть задіяні українські компанії та виробники.

Але слід уважно придивитись до реалістичності закладених принципів. Сьогодні, коли від часу розробки плану минуло понад 16 місяців, навіть пересічна людина, не посвячена в державну таємницю таку, як міжнародні відносини з країнами-партнерами і не тільки, помітить деяку «примарність» і не виправдану дитячу «наївність» вихідних умов.

Наприклад, за статистикою в більшості європейських країн-партнерів України за час війни уповільнились темпи економічного зростання. Це сталося внаслідок втрати величезного російського ринку через санкційну політику, збільшення соціальних видатків на біженців, фінансово-економічну допомогу Україні. Після завершення війни уряди країн в першу чергу будуть прагнути надолужити час і максимально просуватимуть свої товари і послуги. І зайвий конкурент буде негативним фактором. Тому розраховувати на політику доступності, задекларовану в першому принципі, не варто. Сьогодні показало, що «лівий» популізм примушує самих відданих партнерів вводити обмеження проти українських товарів і послуг. «Довго бути милосердним – дорого!».

Стосовно політики переходу від експортно-сировиної економіки до економіки товарів і послуг, про яку протягом всього існування країни нам розповідали економісти і політики, теж є певний скептицизм. Для відновлення існуючих підприємств, більшість яких постраждала в тій чи іншій мірі, вже сьогодні потрібні великі кошти. Для успішного функціонування – потрібен людський висококваліфікований ресурс. Враховуючи невизначеність фізичного стану підприємств на момент закінчення війни (відсоток зруйнованих об'єктів впевнено зростає) та статистичні дані щодо відтоку людського капіталу з країни (понад 7 млн. населення, з яких 70% дорослих з вищою освітою) [4], перспектива швидкого запуску вітчизняних переробних підприємств, які б конкурували на

світових ринках, теж примарна. Виходів є декілька.

Розміщення на своїй території іноземних високотехнологічних виробництв зацікавить інвесторів у випадку дешевої робочої сили, стабільної законодавчої бази та прозорої фіскальної системи, а ще ліпше мінімального податкового навантаження. Про значні прибутки або розширення світових ринків, зокрема й за рахунок створення інноваційних товарів, потрібних Україні, можна забути. Можна піти шляхом створення власного виробництва із залученням інвестиційних коштів вітчизняного бізнесу, але тут знову є ризик скочування до системи олігархічного управління державою.

Якщо брати до уваги південно-корейський досвід залучення в економіку коштів населення, то навіть в період максимального згуртування українців навколо спільної мети – Перемоги, незчисленні корупційні скандали вбили довіру до будь-якої влади на стільки, що про цей варіант, на мою думку, можна забути назавжди.

Джерелом фінансування плану можуть стати репарації. Проте про них можна буде говорити лише після перемоги у війні і капітуляції рф, яка має погодитися компенсувати збитки. На конференції в Лозані був оприлюднений бюджет відновлення країни в 750 млрд. євро, частину з яких мають становити «заморожені» активи рф. Але на сьогодні відсутні процедури, пов'язані з можливістю їх отримання. Їх розробкою та впровадженням має займатись окремо кожна країна, в якій розміщені активи. Для цього десь потрібні рішення судів, а десь – зміна національного законодавства. З часом активи можуть знецінитись або й зникнути (кошти на підтримання експлуатаційних властивостей країна-агресорка не виділяє, а утримання коштом майбутніх компенсаційних виплат з суми продажу – діло не вдячне). Тому розраховувати на репарації від росіян...

І так по більшості принципів. Виникає питання: що робити?

По-перше, план відновлення і пакет інвестиційних проєктів мають бути гнучкою системою, яка миттєво адаптується до реалій сьогодення. Запропоновані інвестиційні проєкти або просто напрямки-слоти мають бути підтверджені судовою реформою, нульовою толерантністю до корупції, законодавчою рівністю.

По-друге, відновлення окремого сектору економіки, окремого промислового об'єкта це не лише питання міцних стін і високих технологій. Кваліфікаційні кадри мають повертатись в країну. А це питання житла, кращого, ніж в ЄС, соціально-побутова інфраструктура, безпека, освіта, медицина.

По-третє, треба тверезо оцінювати можливості держави. Фінансова допомога по закінченні війни впаде, а боргові зобов'язання держави зростатимуть. Тому підняти всі галузі економіки відразу буде важко, інколи – неможливо, в деяких випадках – і не потрібно. Слід визначати пріоритетні галузі, швидкий і успішний розвиток яких «витягне» Україну. Вже зараз слід обирати перспективні напрямки «спеціалізації» країни на світовому ринку. Тут очевидними є два пріоритети: аграрний сектор («їсти хочуть всі і кожного дня!») та військово-промисловий комплекс. Сьогодні жодна країна не має такого жахливого досвіду гібридної війни з ворогом, який переважає в сотні-тисячі разів по всім показникам. Цей досвід слід монетизувати.

Повертаючись до плану Моргентау, який ґрунтувався на політичній ідеї розділення й демілітаризації Німеччини шляхом ліквідації важкої промисловості та перетворення промислових районів в аграрні під управлінням міжнародних організацій, слід зазначити, що в ньому не була певною мірою врахована якісна демографічна характеристика урбанізованого населення з гендерними аномаліями на дату закінчення другої світової війни. Перегляд плану був зумовлений зростаючими обсягами фінансової допомоги 1945-1947 рр. План державного секретаря США Джорджа Маршала склав 13 млрд. доларів. З результатів Другої світової війни впевнено можна сказати, що світ навчився рахувати гроші.

Тому українському суспільству слід взяти до уваги основний принцип формування будь-якого плану відновлення України – можливість контролю на всіх етапах.

### *Література:*

1. Указ Президента України №266/2022. Питання Національної ради з відновлення України від наслідків війни. 21.04.2022. <https://www.president.gov.ua/documents/2662022-42225>.
2. Уряд презентував план економічного відновлення України. – <https://minfin.com.ua/ua/2022/05/02/84748292/>.
3. Плани та «схеми». Чого має позбутись Україна, щоб відновитись? - [https://lb.ua/economics/2022/07/05/522173\\_plani\\_shemi\\_chogo\\_maie\\_pozbutis.html](https://lb.ua/economics/2022/07/05/522173_plani_shemi_chogo_maie_pozbutis.html).
4. Подкаст «Відбудова» з Еллою Лібановою: скільки людей залишилось в Україні? - <https://voxukraine.org/podkast-vidbudova-z-elloyu-libanovoyu-skilky-lyudej-zalyshylos-v-ukrayini>



**Гаврилюк Володимир Якович,**

*к.е.н., доцент кафедри економіки будівництва,  
Київський національний університет будівництва і архітектури  
<https://orcid.org/0000-0002-7078-1231>*

**Пащенко Максим Михайлович,**

*магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

**Бойко Іван Володимирович,**

*магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

## **БУДІВЕЛЬНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ВИКЛИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Будівельна галузь України є важливою складовою економіки країни, але виклики війни стали серйозним тестом для розвитку галузі. У зв'язку з цим, дослідження сучасного стану будівельної галузі України та визначення перспектив розвитку є актуальним завданням. Основною метою дослідження є визначення сучасного стану будівельної галузі України, а також виявлення викликів, що стали перед галуззю в умовах війни. Завданнями дослідження є аналіз ринку будівельних послуг, динаміки будівництва житла та комерційної нерухомості, визначення проблем та перспектив розвитку.

Будівельна галузь України має довгу історію розвитку, і до початку війни галузь знаходилась на стадії активного розвитку, збільшення обсягів будівництва та покращення якості послуг. Початок війни став серйозним тестом для будівельної галузі України, військові дії призвели до зменшення обсягів будівництва, зниження якості послуг та збільшення проблем, пов'язаних з функціонуванням галузі.

Ринок будівельних послуг в Україні є досить розвиненим, але має свої особливості. Аналіз структури та динаміки ринку дозволяє визначити основні тенденції та проблеми. Динаміка будівництва житла та комерційної нерухомості є важливим показником стану будівельної галузі України. Аналіз тенденцій дозволяє визначити основні проблеми та перспективи розвитку галузі.

Основними проблемами, що впливають на розвиток будівельної галузі, є недостатній обсяг інвестицій, низька якість послуг та конкуренція на ринку. Проте, існують перспективи розвитку, такі як використання нових технологій, залучення інвестицій та розвиток міжнародного співробітництва. Військові дії

мають негативний вплив на будівельну галузь, зокрема, зниження обсягів будівництва, збільшення витрат та зниження якості послуг. Економічні труднощі, пов'язані з війною, також мають негативний вплив на розвиток будівельної галузі. Це проявляється у зменшенні інвестицій та збільшенні витрат на будівництво. Умови війни призводять до погіршення соціальної ситуації в країні, що в свою чергу має негативний вплив на розвиток будівельної галузі. Проблеми, такі як зниження рівня життя та зростання безробіття, стають серйозним викликом для галузі. Для підтримки та розвитку будівельної галузі в Україні було запроваджено ряд програм та ініціатив, які мають на меті збільшення обсягів будівництва та покращення якості послуг. Уряд України активно підтримує розвиток будівельної галузі, запроваджуючи різноманітні програми підтримки, такі як "Доступне житло", "Енергоефективність", "Розумне місто" та інші.

Залучення іноземних інвестицій є важливим кроком для розвитку будівельної галузі. Україна має потужний потенціал для міжнародного співробітництва, що може привести до розвитку нових проєктів та створення нових робочих місць. Використання нових технологій, таких як 3D-друк будівель, енергоефективні матеріали та інші, може значно покращити якість будівництва та знизити витрати на будівництво.

Висновки: у даному дослідженні було проаналізовано перспективи розвитку будівельної галузі України, в результаті дослідження було визначено, що будівельна галузь має потужний потенціал для розвитку та залучення інвестицій, для подальшого розвитку галузі необхідно залучати іноземні інвестиції, використовувати нові технології та продовжувати запроваджувати програми підтримки.

+

### **Список використаних джерел:**

1. Боліла Н. В., Гусарова Л. В. Класифікація та систематизація загроз економічної безпеки будівельних підприємств. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2019. Вип. 40. С. 40–45.
2. Проект Плану відновлення України / Національна рада з відновлення України від наслідків війни. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/functioning-of-the-financial-system.pdf> (дата звернення: 26.08.2022).
3. Діяльність вітчизняних підприємств під час війни в Україні: дослідження реального стану та потреб (липень 2022). – К.: Центр ресурсоефективного та

*чистого виробництва, 2022. – 23 с.*

*4. Паламарчук, О., & Петришина, С. (2023). Будівельна галузь України: стан та прогнози. Економіка та суспільство, (51). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-45>*

*Дериземля Сергій Сергійович,  
аспірант, Київський національний університет будівництва і архітектури  
Огороднік Ірина Владиславівна,  
к. т. н., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в  
будівництві,  
Київський національний університет будівництва і архітектури  
orcid.org/0000-0002-5990-8503*

## **ФОРМУВАННЯ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ КОМПОЗИЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ЗАХИСТУ ВІД ІОНІЗУЮЧИХ ВИПРОМІНЮВАНЬ**

**Актуальність.** Захист від іонізуючих випромінювань є однією з ключових проблем сучасного світу, яка стає надзвичайно актуальною в контексті індустрії будівельних матеріалів. За останні роки інтерес до розробки та використання композиційних матеріалів для захисту від іонізуючих випромінювань виявив значне зростання. Загрози іонізуючих випромінювань, такі як рентгенівське випромінювання, гамма-випромінювання, альфа- та бета-частинки, стають все більш присутніми в різних сферах, включаючи медицину, промисловість, науку та ядерну енергетику. З цієї причини захист від даних випромінювань стає критичною потребою для забезпечення безпеки працівників та громадського здоров'я.

Однак, до цього часу існує дефіцит на ринку більш безпечних і ефективних будівельних матеріалів. Існуючі матеріали можуть бути важкими, недостатньо ефективними або надто дорогими. Розробка та впровадження нових композиційних матеріалів, які б володіли високою захисною якістю та були б економічно доцільними, стає важливим завданням.

**Мета дослідження** полягає у визначенні актуальних тенденцій у цій галузі, дослідженні новітніх технологій та матеріалів, розробці рекомендацій щодо їх використання та можливості вдосконалення існуючих рішень. Важливо провести аналіз сучасних вимог до захисту від іонізуючих випромінювань у різних сферах застосування, включаючи медицину, промисловість та науку, вивчення існуючих будівельних матеріалів та їхніх обмежень в контексті захисту від іонізуючих випромінювань. Важливим є огляд та розроблення характеристик нових композиційних матеріалів, спрямованих на підвищення рівня захисту та оптимізацію вартості будівельних проектів, вивчення потенціалу ринку для нових матеріалів та їхню інтеграцію в будівельну галузь. Розробка рекомендацій

щодо використання і впровадження нових матеріалів для забезпечення високого рівня захисту від іонізуючих випромінювань в різних галузях діяльності є необхідним етапом ефективного післявоєнного відновлення України.

**Викладення основного матеріалу.** Аналіз сучасних вимог до захисту від іонізуючих випромінювань у різних сферах застосування, таких як медицина, промисловість та наука, дозволяє визначити специфічні вимоги та виклики, які існують у кожній з цих галузей. До прикладу у медицині іонізуючі випромінювання використовуються для діагностики та лікування. Дуже вагомим є мінімізація дози випромінювання для пацієнтів та медичного персоналу, а також використання високоякісних засобів для точних діагнозів і лікування. В промисловості іонізуючі випромінювання використовуються для неруйнівного контролю матеріалів, моніторингу якості та інших цілей. Вимагається забезпечення безпеки працівників і мінімізація їхньої експозиції випромінюванню. Також під час використання джерел іонізуючого випромінювання в промислових процесах важливо уникати викидів та забезпечити захист довкілля. В наукових дослідженнях іонізуючі випромінювання використовуються для проведення експериментів та досліджень. Необхідним є безпека дослідників та виконання нормативів щодо дози випромінювання. Дослідження, які використовують іонізуючі випромінювання, повинні бути точними і надійними, що вимагає високої якості інструментів і матеріалів.

Будівельні композиційні матеріали можуть класифікувати в залежності від походження, їх призначення, складу з якого вони складаються та технології одержання. За походженням композити бувають природні й синтезовані штучно. За призначенням композити ділять на: конструкційні, ізоляційні, оздоблювальні, зі спеціальними фізичними й хімічними властивостями. За типом матриці композити бувають неметалічні, металеві, напівпровідникові. За формою й розміром компонентів, які використовують для армування: порошки, часточки, гранули, волокна, пластини, тривимірні каркаси.

На сьогоднішній день існують різні нові та сучасні композиційні матеріали, спрямовані на підвищення рівня захисту від іонізуючих випромінювань. Для широкого використання даних матеріалів важливим є оптимізація вартості будівельних проектів. Економічна доцільність є одним із важливих аспектів, які необхідно враховувати при створенні композиційних матеріалів.

Відомі будівельні матеріали на основі строміну (борового пластику), містять бор, який відомий своєю здатністю поглинати нейтрони. Боровий

пластик може використовуватися для створення захисних бар'єрів в ядерних реакторах, лабораторіях інтеракції з випромінюванням, а також в медичних діагностичних пристроях.

Не менш важливими є матеріали на основі олова або свинцю, оскільки вони мають високу здатність поглинати гамма-випромінювання. Композити на основі цих металів можуть використовуватися для створення захисних стін та перегородок в промислових підприємствах, лабораторіях та медичних установах. Однак слід зауважити, що використання важких металів шкодить здоров'ю людини та навколишньому середовищу. Тому цей напрямок менш перспективний.

Також деякі органічні полімери можуть використовуватися для створення легких та гнучких захисних матеріалів. Ці матеріали можуть бути корисні в медицині для створення захисного одягу, такого як спеціальні фартухи та куртки для рентгенівських досліджень.

Ефективними є композитні бетонні матеріали. Сучасні бетонні композити містять додаткові складові, які здатні поглинати іонізуюче випромінювання. Це може бути барій, оксиди важких металів або інші добавки. Композити на основі бетону можуть використовуватися для створення захисних конструкцій в будівельних об'єктах, які вимагають захисту від радіації.

Окрему групу нових композиційних матеріалів представляють модифіковані склопластики, які можуть містити додаткові складові, що підвищують їхню здатність до поглинання випромінювання. Їх використання може бути ефективним у медицині, для створення захисного обладнання, такого як відокремлюючі штори у рентгенівських кабінетах.

Аналіз літературних джерел показав актуальність досліджень, що спрямовані на створення нових складів композиційних матеріалів, які б мали властивості необхідні для ефективного поглинання іонізуючого випромінювання.

В результаті аналізу літературних даних встановлено, що сучасні композиційні матеріали повинні мати наймовірно високу здатність поглинати іонізуюче випромінювання, незалежно від його типу (нейтрони, гамма-випромінювання тощо). Також не менш важливим є оптимізація вартості будівельних проектів. Для цього матеріали повинні бути легкими, оскільки це сприятиме зменшенню ваги будівельних конструкцій та зменшенню витрат на транспортування та монтаж. Також складові нових матеріалів повинні бути легко доступні та не дорогими, це дозволить забезпечити економічну доцільність їх

виробництва та застосування. Матеріали повинні бути стійкими до дії іонізуючого випромінювання та міцними, щоб забезпечити тривалий захист та довгий термін служби будівельних конструкцій, також вони повинні відповідати вимогам екологічної безпеки та не створювати небезпеки для здоров'я та довкілля.

Потенціал ринку нових композиційних матеріалів для захисту від іонізуючих випромінювань є значним. Зростають вимоги до безпеки в сферах, де іонізуюче випромінювання використовується та є загрозою. Нові матеріали, які забезпечують ефективний захист, стають незамінними.

Враховуючи зростаючу свідомість про радіаційний захист та його важливість в різних сферах застосування, інвестори та будівельні компанії можуть бути схильні використовувати нові матеріали для покращення безпеки проектів.

Нові композиційні матеріали можуть забезпечити кращий захист від іонізуючого випромінювання та зменшити витрати на будівництво та експлуатацію. В будівельній галузі нові композиційні матеріали можуть бути використані для створення будівель та споруд, які мають підвищений рівень захисту від іонізуючих випромінювань. Це особливо важливо в тих регіонах, де є підвищене радіаційне навантаження.

**Висновки.** Таким чином, формування ринку будівельних композиційних матеріалів для захисту від іонізуючих випромінювань є важливим завданням, яке має велике значення для безпеки та сталого розвитку великої кількості галузей та проектів.

Зокрема радіаційна безпека є критичною в багатьох галузях, включаючи медицину, науку, енергетику та промисловість. Формування ринку нових композиційних матеріалів дозволяє забезпечити високий рівень захисту від іонізуючих випромінювань та запобігти негативним наслідкам для здоров'я та довкілля. Розвиток нових матеріалів вимагає інновацій та передових технологій. Це стимулює наукові дослідження, розробку та впровадження нових матеріалів у будівельну галузь, що може мати далекосяжний вплив на індустрію та суспільство. Також формування ринку нових матеріалів створює нові бізнес-можливості для виробників та підприємців у сферах будівництва та виробництва. Це може сприяти створенню нових робочих місць та зростанню ринків, що буде мати особливе значення для післявоєнної відбудови України.

*Запєчна Юлія Олександрівна,*

*к.е.н., доц., доцент кафедри економіки будівництва КНУБА,*

*<https://orcid.org/0000-0003-3333-9900>*

*Костюкевич Євгеній Олександрович,*

*магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Монюк Богдан Євгенович,*

*магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

## **МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ**

У будівельній галузі в Україні зосереджено значні економічні ресурси, що робить її однією з найбільш важливих галузей для розвитку національної економіки. Проте, конкурентне середовище в галузі будівництва є досить складним, що вимагає від підприємств у цій сфері здійснення ефективних стратегій для забезпечення конкурентних переваг.

Огляд ринку будівельних послуг в Україні дає можливість оцінити стан конкурентного середовища в цій галузі. Аналіз основних конкурентів, таких як інші будівельні підприємства, державні органи, іноземні компанії та інші, дозволяє визначити сильні та слабкі сторони будівельної галузі в Україні.

Використання інноваційних технологій та методів управління, забезпечення якості та безпеки будівельних матеріалів та конструкцій, розвиток мережевої взаємодії та співпраці між будівельними підприємствами, постійне навчання та підвищення кваліфікації персоналу, розвиток екологічно чистих технологій та матеріалів - це основні методи забезпечення конкурентних переваг будівельного підприємства.

Приклади використання інноваційних технологій та методів управління, забезпечення якості та безпеки будівельних матеріалів та конструкцій, розвитку мережевої взаємодії та співпраці між будівельними підприємствами, постійного навчання та підвищення кваліфікації персоналу, розвитку екологічно чистих технологій та матеріалів - це приклади успішної реалізації методів забезпечення конкурентних переваг в будівельній галузі.

Основним висновком дослідження є те, що для забезпечення конкурентних переваг будівельного підприємства в Україні необхідно використовувати



інноваційні технології та методи управління, забезпечувати якість та безпеку будівельних матеріалів та конструкцій, розвивати мережеву взаємодію та співпрацю між підприємствами, підвищувати кваліфікацію персоналу та використовувати екологічно чисті технології та матеріали. Рекомендації щодо забезпечення конкурентних переваг включають в себе розвиток інноваційних проектів, підвищення якості продукції, покращення управління та співпраці з клієнтами та партнерами.

### **Список використаних джерел:**

1. Подойніцин С., Стеценко С. . Інструменти взаємодії зацікавлених сторін та адаптації бізнес-процесів у сучасному бізнес-середовищі. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2023. №1(51). С.90–98. [https://doi.org/10.32347/2707-501x.2023.51\(1\).90-98](https://doi.org/10.32347/2707-501x.2023.51(1).90-98)

2. Лаврухіна К. Особливості раціонального використання інноваційно-інвестиційних кластерів будівельних підприємств за умови релокації бізнесу для подолання кризи воєнного стану в Україні. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2023. №2(50). С.69–77. [https://doi.org/10.32347/2707-501x.2022.50\(2\).69-77](https://doi.org/10.32347/2707-501x.2022.50(2).69-77)

3. Зельцер, Р., Титок, В. Стимулювання інвестиційної діяльності в умовах відновлення інфраструктури та відбудови країни. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2022. №1(50). С. 156–163. [https://doi.org/10.32347/2707-501x.2022.50\(1\).156-163](https://doi.org/10.32347/2707-501x.2022.50(1).156-163)

*Заяць Галина Сергіївна*

*к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці  
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»*

<https://orcid.org/0009-0007-0439-4317>

*Нагорний Вадим Анатолійович,  
магістр, ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»*

## **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**Актуальність.** Війна є одним із найскладніших викликів, з якими може зіткнутися будь-яка організація. Вона спричиняє ряд змін у робочому середовищі, які можуть мати значний вплив на працівників. Управління розвитком персоналу в умовах війни є особливо важливим завданням, оскільки від нього залежить здатність організації зберегти свою конкурентоспроможність, забезпечити безпеку та благополуччя своїх працівників, а також підготуватися до післявоєнного відновлення.

**Мета.** Дослідити сучасний стан та особливості організації розвитку персоналу в умовах війни в Україні.

**Викладення основного матеріалу.** Війна створює ряд викликів для управління розвитком персоналу, таких як: забезпечення безпеки працівників, збереження мотивації та продуктивності працівників, адаптація до нових умов роботи розвиток нових навичок та компетенцій, тощо. Війна викликає у працівників стрес, тривогу та страх. Це може призвести до зниження мотивації та продуктивності. Організації повинні вжити заходів для забезпечення безпеки працівників, таких як розробка планів реагування на надзвичайні ситуації, організація евакуації та надання працівникам засобів захисту, підготовка до роботи в екстремальних умовах. Досить важливими є підтримка мотивації та продуктивності своїх працівників, таких як надання інформації про ситуацію, забезпечення підтримки та створення позитивного робочого середовища [1, с.110]. Розвиток резиліентності персоналу є необхідним з урахуванням можливості виникнення військових конфліктів, які можуть викликати у працівників стрес, тривогу та страх. Такі емоції можуть призвести до значного падіння рівня мотивації та продуктивності працівників. Для забезпечення ефективного функціонування в умовах воєнного напруження, організації повинні вжити конкретних заходів для підтримки своїх працівників. Це включає

в себе систематичне надання інформації про ситуацію, забезпечення необхідної психологічної та соціальної підтримки, а також створення позитивного та сприяючого робочого середовища. Розбудова резилієнтності персоналу допоможе організаціям утримати високий рівень ефективності та забезпечити стабільність у складних умовах воєнного періоду.

Керівники повинні вжити заходів для підтримки мотивації та продуктивності своїх працівників, зокрема таких як: надання своєчасної та достовірної інформації про ситуацію в Україні та на підприємстві, забезпечення прозорості та комунікації з працівниками, створення позитивного робочого середовища, яке буде підтримувати мотивацію та продуктивність працівників, надання підтримки працівникам, які потребують її, наприклад, через надання психологічної підтримки чи компенсацій.

Війна може вимагати зміни умов роботи, таких як зміна місця розташування, гнучкість у плануванні робочого часу та завдань, надання необхідної інформації про навчання, зміна режиму роботи або зміна завдань. Війна створює потребу в розвитку нових навичок та компетенцій у працівників, таких як навички роботи в умовах стресу, навички критичного мислення та навички командної роботи. Організації повинні допомогти своїм працівникам розвинути необхідні навички та компетенції, такі як надання можливості для навчання та розвитку.

Розвиток персоналу для кожного підприємства є істотним елементом виробничих інвестицій. За допомогою заохочення навчання підприємство відкриває своїм співробітникам можливість підвищувати професійні навички і тим самим створює кістяк кваліфікованого персоналу і здійснює його випереджальну підготовку. Стратегічні цілі розвитку персоналу обумовлені вибором стратегії підприємства і принципів, що лежать в основі цінової політики й у цілому менеджменту персоналу. Усвідомлення важливості розвитку персоналу відбуваються тоді, коли ресурси особистості співробітників стають центральними логічними ресурсами й одночасно самою значною статтею витрат організації.

Успішний розвиток персоналу обумовлений трьома факторами: знаннями, можливостями і поведінням співробітників. Знання є основою розвитку здібностей персоналу, сприяють формуванню особистісного потенціалу людини. У контексті розвитку персоналу розрізняють два види знань, необхідних у щоденній, поточній роботі, загальне знання своєї справи. Знання, необхідні для рішення поточних задач, не можуть бути визначені посадовими обов'язками. Це професійні знання, що персонал здобуває разом з досвідом роботи. Загальні

професійні знання здобуваються в процесі одержання утворення і подальшої підготовки кадрів.

В процесі управління розвитком персоналу підприємства необхідно враховувати соціально-економічні детермінанти особистих потреб - це фактори, які впливають на те, що люди хочуть і потребують у житті. Це такі фактори, як: рівень доходу та добробуту, соціальний статус та приналежність до групи, релігія та культура, освіта та професійна діяльність, демографічні фактори, такі як вік, стать та сімейний стан [2, с.105].

Врахувати соціально-економічні детермінанти особистих потреб у розвитку персоналу можна за допомогою таких заходів:

- проведення дослідження потреб працівників, щоб включають опитування, фокус-групи та індивідуальні інтерв'ю;

- розробку програм розвитку, які відповідають потребам працівників, що спрямовані на розвиток навичок і компетенцій, які необхідні працівникам для успішної роботи в організації;

- надання працівникам можливості для навчання та розвитку шляхом надання доступу до навчальних курсів, програм стажування та інших можливостей.

Врахування соціально-економічних детермінантів особистих потреб у розвитку персоналу є важливим для того, щоб програми розвитку були ефективними та відповідали потребам працівників.

Також важливою є психологічна допомога сприяє створенню позитивного робочого середовища, де працівники відчують підтримку та здатність ефективно взаємодіяти, що сприяє збереженню корпоративної культури та підтримує командну співпрацю. Забезпечення психологічного благополуччя працівників свідчить про турботу компанії про свою команду в найважчий час, та відображає соціальну відповідальність роботодавця. Надання психологічної підтримки може допомогти у зменшенні проблем з психічним здоров'ям, а також у важкі моменти зберегти команду та зменшити ризик втрати кваліфікованого персоналу. Така підтримка може бути забезпечена за рахунок організації психологічного консультування для працівників, які можуть відчувати стрес або тривогу, тренінгів з психологічної стійкості та стресостійкості [3, с.100].

Психологічна допомога сприяє збереженню робочої продуктивності, оскільки допомагає працівникам ефективніше управляти стресом та емоціями, збільшує їхню концентрацію та знижує вплив психологічних труднощів на робочий процес, сприяє підвищенню рівня адаптивності та витривалості

підприємства в умовах кризи, оскільки забезпечує ресурси для подолання емоційних труднощів та підтримує психологічну стійкість працівників. Усе це підкреслює важливість розглядання психологічної допомоги як необхідного компонента стратегії управління персоналом під час воєнних та кризових ситуацій.

Також необхідно забезпечити гнучкі робочі умови, що передбачає розгляд впровадження гнучкого графіку роботи або дистанційної роботи для підтримки робочого балансу та комфорту працівників, надання можливостей для перерв та відпочинку для зняття напруги.

Матеріальна та фінансова підтримка має передбачати забезпечення адекватних матеріальних ресурсів та безпекового обладнання для працівників, розгляд можливостей фінансової підтримки або бонусів для працівників, які працюють в умовах військових загроз.

Здійснення навчань та тренінгів для працівників з метою їхньої підготовки до нових викликів та умов має спиратись на запровадження програм розвитку кар'єри та підтримки професійного зростання, соціальну взаємодію та командну підтримку через формування команди та взаємопідтримки, організацію соціальних заходів та ініціатив для підтримки спільності серед працівників.

**Висновки.** Поведінка персоналу як фактор його розвитку стала грати усе більш помітну роль при груповому керуванні, солідарному стилі лідерства. Без урахування особливостей поводження, взаємин, міжособистісних і неформальних комунікацій, тільки на основі підвищення знань і можливостей не можна забезпечити розвиток персоналу. Урахування необхідності реалізації безпекових та адаптаційних заходів допоможе зберегти ефективність та благополуччя персоналу в умовах воєнного стану.

### ***Список використаних джерел:***

1. Кириллова О. В., Зозуля В. В. *Управління розвитком персоналу в умовах війни: виклики та можливості. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво. 2022. №290. С.105-114.*

2. Кичко І.І. *Соціально-економічні детермінанти особистих потреб. Чернівці: Чернігівський державний технологічний університет, 2013. 333 с.*

3. Шевчук О. В. *Управління розвитком персоналу в умовах війни в Україні. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво. 2023. №302. С.95-103.*

*Максимов Артем Сергійович,  
к.т.н., докторант кафедри економіки будівництва, Київський національний  
університет будівництва і архітектури,*

*Вахович І. В.,  
д.е.н., директор департаменту ціноутворення, економіки та організації  
будівництва Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури  
України*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ТЕРМОМОДЕРНІЗАЦІЇ**

**Актуальність.** Теплова модернізація житлових та громадських будівель має реальний потенціал скорочення обсягу споживання та імпорту природного газу більше ніж на 9 млрд куб. метрів

Підвищення енергоефективності у існуючих та нових будівлях сьогодні є пріоритетним та стратегічним напрямком розвитку економіки, а питання реалізації проектів з підвищення енергоефективності повинно розглядатись одним з перших для органів влади усіх рівнів, промислових, будівельних та житлово-комунальних підприємств, установ бюджетної сфери та населення.

**Мета.** Удосконалення теоретичних та практичних аспектів визначення вартості термомодернізації.

**Викладення основного матеріалу.** Низькі показники енергоефективності будівель України можна пояснити відсутністю необхідності використання сучасних енергоощадних технологій через низькі показники вартості енергоресурсів, які були чи не найменші в Європі.

Через це будівлі та енергогенеруючі підприємства оснащені застарілим та зношеним технологічним обладнанням, мають низькі показники опору теплопередачі огорожувальних конструкцій, суттєві втрати енергії при виробництві, транспортуванні та споживанні, неощадне та не ефективне використання енергоресурсів в житлово-комунальному секторі України.

Енергоємність внутрішнього валового продукту (ВВП) в Україні є більшою у 2,5 рази в порівнянні із розвиненими індустріальними країнами, енергоспоживання будівель на опалення приблизно в 3-3,5 разів вище.

З метою вирішення цієї проблеми в 2017 році був прийнятий Закон «Про енергетичну ефективність будівель» [1]. Він визначає правові, соціально-економічні та організаційні засади діяльності у сфері забезпечення енергетичної

ефективності будівель і спрямований на зменшення споживання енергії у будівлях.

Вперше визначення терміну «термомодернізація» дано в ДСТУ-Н Б В.3.2-3:2014 «Настанова з виконання термомодернізації житлових будинків» [2]: термомодернізація – це комплекс будівельних робіт, спрямованих на поліпшення теплотехнічних показників огорожувальних конструкцій будівель, показників енергоспоживання інженерних систем та забезпечення рівня енергетичної ефективності будівель не нижче мінімальних нормативних вимог.

Перелік конструктивно-технологічних рішень з підвищення енергетичної ефективності об'єкту в цілому формується шляхом реалізації різних комбінацій енергозберігаючих заходів (з утеплення огорожуючих конструкцій, заміни вікон тощо) із використанням різних конструкцій з різними технічними та економічними характеристиками. Так з'являється великий масив набору рішень, що визначають:

- відповідну вартість виконання будівельних робіт;
- рівень економії теплової енергії, що може бути досягнута.

В результаті постає задача вибору оптимального варіанту комбінації конструктивно-технологічних рішень – яка за найменші кошти забезпечить більшу економію теплової енергії. В процесі організації термомодернізації важливе місце займає процес її підготовки.

На основі аналізу та підготовки до термомодернізації більш ніж 160 об'єктів при розробці проекту «Теплий дім» автором зрозроблені відповідні висновки, який передбачає комплексну термомодернізацію 9-ти житлових кварталів в містах Тернопіль, Чернівці, Нововолинськ, Черкаси, Жовква, Бердянськ, що загалом охоплюють 165 житлових будинків та 17 об'єктів бюджетної сфери.

Одним із визначальних етапів підготовки термомодернізації є розроблення організаційно-фінансової моделі реалізації проекту. Опосередковано необхідність розробки такої моделі передбачена і ДСТУ Б В.2.2-39:2016 [3], де зазначено, що в звіті про енергоаудит, має міститись інформація про рівень необхідного інвестування (якщо обумовлено договором із замовником), плану фінансування та можливих економічних умов. Крім можливих економічних умов, важливим є також врахування організаційних, правових та інших обмежень.

**Висновки.** На першому етапі термомодернізації необхідно проводити оцінку технічного стану об'єкту, який підлягає термомодернізації, визначати перелік заходів, які необхідно здійснити для забезпечення безпечної експлуатації

будівлі, її надійності та стійкості. Оцінити вартість цих заходів та доцільність її термомодернізації з урахуванням необхідних обсягів капіталовкладень в заходи з відновлення нормальної експлуатаційної придатності будівлі, а вже після того приймати рішення про початок проекту

**Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про енергетичну ефективність будівель» від 22.06.2017 № 2118-VIII. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-19>.
2. ДСТУ-Н Б В.3.2-3:2014 Настанова з виконання термомодернізації житлових будинків. [Чинний з 2015–10–01]. Бабічева П.; Войналович І.; Галінський О., Максимов А. та ін. Київ : ДП «Укрархбудінформ», 2015. 39 с. (Національний стандарт України).
3. ДСТУ Б В.2.2-39:2016 Методи та етапи проведення енергетичного аудиту будівель. – К.: ДП «Архбудінформ». 2016.



## **АДАПТАЦІЯ ОБЛІКУ ПДВ ДЛЯ ОПЕРАЦІЙ З ПЕРШОГО ПОСТАЧАННЯ ЖИТЛА ДО ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ**

У військових умовах функціонування нашої держави перед владою країни постає завдання адаптації економічно-соціальних умов життя громадян до важких викликів сьогодення. В зв'язку з розв'язаною агресією проти українського народу, на державу було покладено обов'язок підтримати населення країни, що опинилось у скрутному становищі. Вже навесні 2022 року Кабінет міністрів України започаткував процес фіксації військових руйнувань та відновлення житлового фонду [1][2]. Також запропонована ціла низка змін у податковій системі країни для підтримки процесу відновлення. Відповідно норм п.187.1 ст. 187 ПКУ податкові зобов'язання з ПДВ визначають за правилом «першої події»:

- 1) на дату зарахування/оприбуткування/інкасації грошових коштів продавцем/постачальником товарів/послуг
- 2) на дату відвантаження товарів/оформлення митної декларації (при перетині митного кордону України)/оформлення документа, що засвідчує факт постачання послуг платником податку (для послуг) [3].

І, відповідно цієї ж статті ПКУ, будівельні підрядні організації з моменту прийняття Закону України від 22.12.2011 № 4220-VI також отримали можливість використовувати касовий метод податкового обліку [3][4].

Касовий метод для цілей оподаткування - метод податкового обліку, за яким дата виникнення податкових зобов'язань визначається як дата зарахування (отримання) коштів на рахунки платника податку, відкриті в установах банків та/або в органах, що здійснюють казначейське обслуговування бюджетних коштів, у касу платника податків або дата отримання інших видів компенсацій вартості поставлених (або тих, що підлягають поставці) ним товарів (послуг) (підпункт 14.1.266 пункту 14.1 статті 14 ПКУ) [1]. Ці зміни викликали цілу низку позитивних змін в операційній діяльності будівельних підприємств:

- оптимізацію рівня обігових коштів учасників будівельного процесу;

- можливість досягнення нульового часового лагу у фінансових потоках в розрахунках між виконавцями та споживачами підрядних робіт.

На відміну від інших суб'єктів господарської діяльності, що є користувачами даної норми закону, підрядники отримали можливість переходу на касовий метод в добровільному порядку і можливість відмови від застосування даного методу з початку звітної періоду, що також позитивно відзначилось на учасниках будівельного ринку.

З введенням в дію Закону України від 20 вересня 2022 року № 2600-ІХ «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування операцій з об'єктами нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому», можливість застосування касового методу було надано операціям з першого постачання житла, в тому числі девелоперам і замовникам будівництва [5]. Тобто нарахування податкового зобов'язання з ПДВ буде здійснене за операціями з першого постачання житла (об'єктів житлової нерухомості), неподільного житлового об'єкта незавершеного будівництва/майбутнього об'єкта житлової нерухомості тільки після утворення джерела для його сплати:

- на дату перерахування покупцем на рахунок/касу постачальника грошових коштів як оплати вартості житла (об'єктів житлової нерухомості), неподільного житлового об'єкта незавершеного будівництва/майбутнього об'єкта житлової нерухомості;

- на дату отримання постачальником від покупця інших видів компенсацій вартості поставленого житла (об'єктів житлової нерухомості), неподільного житлового об'єкта незавершеного будівництва/майбутнього об'єкта житлової нерухомості (або вартості таких об'єктів житлової нерухомості, що підлягають постачанню у майбутньому).

Згідно звіту Громадської організації «Інститут Київська Школа Економіки» в рамках Проєкту USAID «Економічна підтримка України» про прямі збитки інфраструктури та непрямі втрати економіки від руйнувань внаслідок військового конфлікту росії проти України, станом на червень 2023 року кількість зруйнованого житла досягла 55,9 млрд.доларів у загальній сумі збитку в 150,5 млрд.дол. Кількість пошкодженого (частково або повністю) майна громадян досягло 37,1% від загальної суми збитків[6]. Тому в рамках адаптації законодавчих норм викликам сьогодення, а саме, впровадження в законодавчу базу норм Закону № 2600-ІХ дозволить вирішити такі актуальні проблеми:

1. полегшення доступу громадян до об'єктів нового будівництва;

2. оптимізація податкового навантаження на потенційного споживача будівельної продукції;
3. залучення за оптимальних умов участь населення в інвестиційно-будівельному процесі.
4. створення сприятливих умов для підтримки громадян країни в умовах втрати житла[5][7].

**Список використаних джерел:**

1. Постанова КМУ від 20 березня 2022 р. № 326 «Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/326-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 02.10.2023).
2. Постанова КМУ від 26 березня 2022 р. № 380 «Про збір, обробку та облік інформації про пошкоджене та знищене нерухоме майно внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених збройною агресією Російської Федерації проти України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/380-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 02.10.2023).
3. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (Дата звернення 23.09.2023)
4. Закон України від 22.12.2011 № 4220-VI «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення відповідальності та вдосконалення державного регулювання у сфері містобудівної діяльності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4220-17#Text>
5. Закон України від 20.09.2022 № 2600-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування операцій з об'єктами нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому». URL: 20.09.2022 № 2600-IX (Дата звернення 23.09.2023)
6. Проект KSE Institute за підтримки Офісу Президента України, Міністерства економіки, Міністерства з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій, Міністерства інфраструктури та Міністерства розвитку громад та територій URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-sumaryamih-zbitkiv-infrastrukturi-vzhe-perevishhuye-105-5-mlrd/>
7. Богданенко А. І. Дослідження інвестиційної діяльності в житлове будівництво в Україні: тенденції та проблеми. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6103> (дата звернення: 02.10.2023).

## **КОНСТРУКТИВНІ КОМПОЗИЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ, АРМОВАНІ ФІБРОЮ**

*«Йдеться про переосмислення того, що буде розвивати наша країна надалі. Які галузі можуть стати основою зростання після війни, які рішення та заходи потрібні, щоб задовольнити рівень переробки в Україні й не торгувати сировиною, як це було раніше»  
Володимир Зеленський – Президент України.*

**Актуальність.** В Україні великі поклади базальтової сировини знаходяться у Рівненській, Закарпатській, Дніпропетровській областях. Більш ніж півсторіччя тому була створена науково-дослідна організація «Лабораторія базальтових матеріалів» в якій було розроблено технологію отримання тонких та супертонких базальтових волокон. У 30-х роках минулого століття в системі Міністерства промисловості будівельних матеріалів були побудовані промислові установки з виробництва базальтового волокна потужністю 350-500 т/рік.

На жаль, в останні роки через економічні та політичні перешкоди розвиток технології виробництва базальтових волокон та матеріалів на їх основі були у занепаді. Але у 2023 році, за підтримки Президента України В. Зеленського, у тісній співпраці з університетами та дослідницькими центрами було вирішено розробити та впровадити «Стратегію розвитку галузі виробництв, переробки та використання композитних матеріалів на основі безперервних базальтових волокон та теплоізоляційних матеріалів із базальту в Україні (2023-2032 рр.)».

**Мета.** Вивчити можливості виробництва конструктивних композиційних матеріалів, армованих фіброю, в Україні.

**Викладення основного матеріалу.** Базальтове волокно отримують із розплаву гірських порід без використання домішок. Базальтові волокна мають високу міцність, витримують високі температури, стійкі до впливу кислот. Будучи складовою композитного матеріалу, вони здатні замінити сталь або алюміній і значно перевищують показники волокна із скла або вуглецеві волокна.

За прогнозами світовий ринок базальтового волокна в період 2022-2027 рр., зросте з 286 до 517 млн доларів США [1]. В Україні через війну багато

підприємств, що мають працювати 24/7, призупинили свою роботу. Тому частка імпорту зросла з 20 до 93 % від українського виробництва, при цьому найбільша частка в цьому – базальтовий ровінг.

Виходячи з цього потрібно в найкоротші терміни відновлювати виробництво. Його переваги над існуючими технологіями, наприклад, скловолокна, такі: нульовий викид CO<sub>2</sub>, практично повна декарбонізація процесу виробництва та зниження теплового забруднення. Використання в будівництві базальтової арматури та фібри, замість сталеві, в армованих бетонах дає можливість збільшити коефіцієнт теплового опору, знизити масу конструкції та трудові витрати. Крім того, використання базальтового волокна може бути широко використано в оборонній сфері.

Для повноцінного використання базальтової арматури та фібри в будівництві необхідно вирішити проблему підвищення лугостійкості композитів з базальту. В тісній співпраці з Київським національним університетом будівництва і архітектури цю проблему було вирішено. Лугостійкість базальтового волокна зросла у декілька разів.

«Стратегія розвитку» дасть можливість нашій державі повністю реалізувати свій потенціал в галузі композитних матеріалів, використовуючи неперервні базальтові волокна та ізоляційні матеріали з базальтових волокон. Вона передбачає розробку та реалізацію низки законодавчих, фіскальних та регуляторних змін для підприємств галузі. Необхідно здійснювати запуск інноваційних проектів по створенню нових виробництв композиційних та теплоізоляційних матеріалів.

**Висновки.** За попередніми оцінками розробниками «Стратегії розвитку» її реалізація дозволить створити до 10 тис. робочих місць в найближчі роки та залучити щонайменше 500 млн. євро інвестицій. Фінансова підтримка через механізм Ukraine Facility дозволить забезпечити реалізацію цих амбітних цілей та сприяти відновленню та розвитку України. Фінансувати проекти можуть також приватні інвестори та грантові програми ЄС та USAID.

#### ***Список використаних джерел:***

1. *Interconnected segments adjacencies in market ecosystems.* URL: [https://www.marketsandmarkets.com/Market\\_Reports\\_basalt-fiber-market-393228070.html](https://www.marketsandmarkets.com/Market_Reports_basalt-fiber-market-393228070.html). (дата звернення: 11.10.2023 р.).

*Подойніцин Сергій Вікторович*

*аспірант кафедри економіки будівництва, КНУБА*

*<https://orcid.org/0000-0002-1243-1110>*

*Науковий керівник: Стеценко Сергій Павлович*

*д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки будівництва КНУБА*

## **ПОВОЄННА ВІДБУДОВА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Актуальність.** Усі дії що пов'язані з війною між Україною та росією набули причинний статус занепаду вітчизняної економіки. Активність бойових дій не тільки стримує розвиток певних галузей економіки, а й унеможливорює їх подальшу діяльність. Зайнятість та платоспроможність громадян України знижена, прогнозування економічних та соціальних показників неможливе, так як ситуація в якій знаходиться держава є ситуацією невизначеності, ризику для українського бізнесу досягли максимальних значень. Отже є нагальна необхідність в пошуку шляхів зміни та стабілізації ситуації з наступним повоєнним відновленням та відбудовою економічного сектору України.

**Мета.** Метою статті є висвітлення деяких зразків досвіду післявоєнної відбудови та відновлення економіки світових держав, окреслити особливості політики відновлення, що притаманні Україні. Навести приклади того, які процеси вже відбуваються в державі і хто є партнерами в цих процесах, звернути увагу на ті галузі промисловості, завдяки яким економіка країни набуде ефективного та сталого розвитку.

**Викладення основного матеріалу.** Сьогодні Україна знаходиться в глибокому соціально-економічному кризовому стані, пов'язаному з російською агресією. Але вже тепер остаточно можна стверджувати, що наша держава гідно вийде з цієї війни, і саме цієї миті формується підґрунтя сталого економічного відновлення країни. Цей процес формування буде набагато ефективнішим, якщо всі економічні перетворення та нововведення знаходитимуть підтримку у більшості громадян України.

Історичний досвід минулого щодо відновлення Європи та Азії говорить нам про наступне: якщо після війни економіку не відновлювати, тоді її потрібно дотувати, а дотування в свою чергу потребує значних фінансових інвестицій на відновлення. Необхідно звернути увагу і на той факт, що без вивчення історичного досвіду, його аналізу та на цьому підґрунті прорахованих дій з боку влади, впровадження нової економічної політики може зійти на нівець. Тобто у

країни обов'язково повинен бути чіткий план дій по відновленню економіки України та команда яка цей план впроваджуватиме.

Розпочати глобальну відбудову економіки України можливо лише після закінчення бойових дій, та отримання гарантій безпеки державних кордонів, гарантій територіальної цілісності та незалежності. Найголовнішим питанням постає пошук фінансових джерел для відновлення працездатності українських підприємств та бізнесу. Найбільш масштабним джерелом фінансування насамперед розглядають репарації від росії. На другому місці стоїть допомога від міжнародних організацій та іноземних держав. Наприклад вже існує алгоритм дій між учасниками програми з відновлення України за участю Європейського банку. Цей алгоритм передбачає [2]:

- субвенції місцевим бюджетам;
- формування переліку проектів відбудови;
- прийняття рішення місцевими органами самоврядування щодо фінансування проектів;
- укладання трьохсторонніх угод;
- розробка тендерної документації по проектам;
- оголошення тендеру;
- реалізація проекту.

До реалізації таких проектів можна віднести проекти: «Будівництво високовольтної повітряної лінії 75 кВ Рівненська АЕС - Київська», проект «Реабілітація гідроелектростанцій», «Будівництво 4-х поверхових будинків для тимчасово переміщених громадян у містах Житомир, Лубни, Рівне» і таке інше.

Тож, процес по створенню та впровадженню дій повоєнної трансформації економічної складової України вже у дії. Але цей механізм повинен мати динамічний розвиток задля вирішення задач підвищеної складності повоєнної відбудови економічної складової держави, де в пріоритетах не тільки відновлення зруйнованої та пошкодженої інфраструктури, а й підвищення темпів зростання економіки, налагодження роботи внутрішньої та зовнішньої економічної політики.

Принциповою позицією для фінансування України у післявоєнний час є підтримка держави коштами у формі грантів, а не кредитів. Поява «нових» боргів спричинить економічну загрозу безпеці України. Лише грантова форма надання коштів українським підприємствам та компаніям дозволить уникнути дефолту та спрямувати вектор економічного зростання України. Необхідно зауважити що сподіватися на іноземного інвестора та бізнесмена марно, їхні інтереси та

зацікавленість зовсім не співпадають з нашими національними інтересами. Відбудовуючи житло та інфраструктуру іноземні інвестори будуть здебільшого керуватись моральною складовою, а ось при відбудові української промисловості інвестори будуть насамперед захищати інтереси власної країни та штучно притримувати розвиток української промисловості.

В сьогоднішній економіці держави знаходиться у стані невизначеності, але Україна має всі шанси створити нову успішну країну, вирішуючи як нагальні питання так і «старі» проблеми. Щоб уникнути помилок при перебудові економіки країни необхідно вивчити досвід інших країн, де відбувалися схожі процеси. В Україні на високому рівні присутні наукові передумови та освітні перспективи економічного розвитку під час повоєнного відновлення. Але разом з тим приходять певне розуміння щодо великої складності розв'язання цих задач. Прикладом є країни G-7 та G-20, які досягли економічного зросту не завдяки експорту ресурсів або фінансової допомоги інших держав, а за рахунок інновацій та вироблення високотехнологічних товарів. Можливо і нашій країні необхідно рухатись шляхом нового, інноваційного, особливого, але власного і особистого.

**Висновки.** Необхідно зрозуміти, що повоєнна відбудова економіки України триватиме не один рік, але покрокова реалізація розробленого та впровадженого плану надаватиме відчутний результат у вигляді збільшення робочих місць, приросту доходів, як в українського бізнесу, так і у населення. Застосування технологій європейських стандартів допоможе українським підприємствам повернути свої позиції на ринку, що були втрачені під час війни, тим самим визначаючи свій вплив на формування вартості продукції. Найважливішими для економіки країни в повоєнний час є такі галузі промисловості як машинобудування, металургія, добування нафти і газу, хімічна та фармацевтична промисловості. Економіку України необхідно перетворити із «сировинної моделі на виробничу, інноваційну, енергонезалежну» [3]. Політика відбудови та відновлення економіки зобов'язана мати підґрунтя яке називається «вікно можливостей» [4], де пріоритетною складовою має стати промисловість. Разом з тим розвиток власної науки та освіти, медицини, соціальної сфери формують фундаментальну основу стійкого та сталого розвитку економіки України.

#### ***Список використаних джерел:***

*1. Бородіна О.А., Ляшенко В.В. Повоєнне відновлення економіки: світовий досвід та спроба його адаптації для України. Стаття. Державна установа Інститут економіки промисловості НАН України. Київ 2022. №1. С.121-131.*



2. Гудзь Т.П., Брусов Н.О. Повоєнна трансформація економічного потенціалу українських підприємств для освоєння євроінтеграційних можливостей. Стаття. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Збірник наукових праць № 11-12 (300-301), 2022. С.28-33.
3. Юрчишин В.В. Стан економіки та перспективи її відновлення у 2023 році. Аналітична доповідь. Центр Разумкова, Київ 2023. С.3-15.
4. Кіндзерський Ю.В. Повоєнне відновлення промисловості України: виклики та особливості політики. Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України», Україна Економічний аналіз. Київ 2022. Том32. №2.С.101-114. <https://doi.org/10.35774/econa2022.02.101>

*Подкопачев Данііл Сергійович*  
*аспірант кафедри економіки будівництва,*  
*Київський національний університет будівництва і архітектури*  
*<http://orcid.org/0009-0009-7760-8210>*

## **ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИЦТВА АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**Мета.** Основною метою дослідження є аналіз поточного стану аграрного сектора в Україні в умовах військового конфлікту, зокрема виробництва мінеральних добрив. Досліджуються виклики, з якими стикаються виробники та аграрії, розглядаються можливі шляхи оптимізації виробничих та торговельних процесів за допомогою сучасних технологій, та визначення позиції держави у підтримці цього важливого сектора економіки.

**Актуальність.** Аграрний сектор завжди був одним з ключових напрямків економіки України, проте в умовах військових дій його роль стає ще більш важливою. Війна призводить до нестабільності, яка впливає на всі галузі економіки, а аграрний сектор зазнає одного з найсильніших ударів. Зростання цін на добрива, проблеми з логістикою, зниження попиту від аграріїв – це лише декілька з численних викликів, з якими стикаються учасники ринку. В той же час, сучасно організована діяльність в цій галузі може не лише забезпечити стабільність в умовах кризи, але і допомогти економіці країни відновитися після її завершення. Тому дослідження актуальних проблем і можливостей аграрного сектору є дуже важливим і своєчасним.

**Викладення основного матеріалу.** Українські виробники мінеральних добрив продемонстрували стійкість навіть у військових умовах, але вони також зіткнулися з рядом викликів. Протягом 2021-2022 років спостерігалось значне зниження активності аграріїв щодо закупівлі азотних добрив. Раніше, аграрії зазвичай готувались до наступного весняного посівного сезону влітку попереднього року, користуючись перевагами низьких цін.

Однак через військову нестабільність, відсутність обігових коштів та підвищення цін на добрива, багато аграріїв не мали можливості створити необхідний запас добрив на весну 2023 року[5]. Осінній сезон 2022 року в основному проходив на запасах добрив, які залишились від попередньої весни. Лише ближче до зими, після Ініціатива щодо безпечного транспортування зерна та продуктів харчування з українських портів[6], ринок добрив активізувався

завдяки появі обігових коштів у аграріїв.

В цьому контексті інвестиції в ІТ-технології та автоматизація бізнес-процесів можуть стати ключовими інструментами для підвищення ефективності виробництва, зниження витрат та виведення виробництва на рівень стандартів ЄС, що дає можливість конкурувати на міжнародному рівні.

ІТ-технології та автоматизація бізнес-процесів не лише дозволяють підвищити ефективність виробництва, але і створюють гнучкі механізми закупівлі для фермерів. Адаптація до нових реалій, зокрема, військових, є ключовим аспектом для забезпечення стабільності та розвитку аграрного сектора.

Інновації в аграрному секторі є невід'ємною частиною сучасного виробництва, проте їх успішність залежить не лише від впровадження нововведень, а й від глибокої оцінки їхньої ефективності. Важливо розуміти, який внесок впроваджена інновація може принести суспільству, як вона впливає на навколишнє середовище, і чи відповідає очікуванням і потребам ринку. Оцінка ефективності інновацій вимагає всебічного підходу, який бере до уваги технологічні, економічні, соціальні та екологічні аспекти[2]. Технологічна ефективність в основному зосереджена на ступені оптимального використання ресурсів підприємства, враховуючи як матеріальні, так і трудові ресурси.

Державне регулювання в галузі інновацій є ключовим елементом для підвищення активності підприємств в аграрному секторі. Ефективне державне регулювання повинно передбачати чітко виважену політику, яка забезпечує підвищення загальної ефективності виробництва[4]. Такі елементи, як дієвий механізм державного замовлення, державні гарантії, координація діяльності, підготовка кадрів та пріоритетне фінансування прибуткових підприємств, мають бути інтегровані в майбутню політику України.

Розвиток загальнодержавної інноваційної системи є важливим кроком для забезпечення стабільності та постійного соціально-економічного зростання України. Ця система повинна бути спрямована на реалізацію інноваційних проектів, які відповідають потребам ринку та сприяють конкурентоспроможності країни на міжнародній арені. Важливо, щоб система розповсюдження сільськогосподарських знань та інформації була ефективною, і щоб вчені мали можливість швидко перетворити свої дослідження в конкретні товарні вироби.

В умовах сучасної економіки і швидкого темпу науково-технічного прогресу, час від моменту наукового відкриття до його впровадження в

агропромислового виробництва повинен бути мінімальним. Такий підхід дозволить Україні швидко адаптуватися до змін та відповідати викликам часу.

**Автоматизація бізнес-процесів:** В умовах коли кожна дія виробника має важливе значення, інтеграція сучасних ІТ-рішень стає ключовою. Автоматизація допомагає в оптимізації виробничих процесів, зменшує втрати в ресурсах та часі.

**ІТ-інтеграція:** Впровадженням систем управління ресурсами підприємства (ERP) та систем управління відносинами з клієнтами (CRM) можливо ефективно управляти запасами, вести моніторинг попиту та забезпечити оптимальну роботу обладнання.

**Торгівельна автоматизація:** Системи, які автоматизують торговельні операції, дозволяють впроваджувати додаткові послуги та програми для аграріїв, такі як «Доступні кредити 5-7-9%»[7] та «Зернообмін»[8].

**Цифрова трансформація:** У сучасному світі важливо підтримувати конкурентоспроможність на міжнародному рівні. Цифрова трансформація аграрного сектору дозволяє виробникам вивести своє виробництво на стандарти ЄС, конкуруючи зі світовими лідерами.

**Автоматизація для клієнтів:** Завдяки сучасним ІТ-засобам, клієнти мають доступ до широкого спектру інструментів для залучення коштів на покупку добрив, що стимулює попит і, як результат, виробничі обсяги.

**Державна підтримка:** У відповідь на виклики, спричинені військовими діями, держава має акцентувати увагу на підтримці аграрного сектору. Сільське господарство є основним джерелом експортної виручки, а отже, й ключовим джерелом податкових надходжень.

**Висновки:** 2023 рік для України характеризується станом повномасштабної війни, що призводить до численних економічних наслідків, зокрема удорожчання енергоресурсів, ризиків перебоїв постачання електроенергії, та викликів, пов'язаних з постійними обстрілами та руйнуванням інфраструктури. Економічна блокада, особливо заборона закупівлі газу з росії, призводить до значного удорожчання добрив, впливаючи на економічні показники країни[3]. Показники технологічної ефективності є основою визначення економічної діяльності, під якою розуміється ступінь реалізації виробничих відносин. В ринкових умовах вона є головною серед інших. Економічна ефективність виражається отриманням певного ефекту, перевищенням доходу від виробництва над витратами. За допомогою показників економічної ефективності визначається ступінь впливу науково-технічного прогресу на вдосконалення господарського механізму, ріст економічних

показників і пришвидшення інтенсифікації галузі[1]. Автоматизація бізнес-процесів управління, виробництва та продажу продукції відіграють домінуючу роль в відновленні економічного потенціалу всієї аграрної галузі. Визначається пряма залежність від підвищення ефективності шляхом автоматизації до відновлення економічного потенціалу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дем'яненко С.І. Інноваційне зростання - основа стабільності агропромислового комплексу / С.І. Дем'яненко // *Наука та інновації*. - 2005. - № 1. - С. 87-98.
2. Кропивко М.Ф. Організаційні форми впровадження інновацій в агропромислове виробництво з використанням потенціалу аграрної науки / М.Ф. Кропивко, Т.С. Орлова // *Економіка АПК*, 2007. - № 7. - С. 11-18.
3. Яськів Б., Брянська М. Як працює аграрний бізнес в умовах війни. *Zn.Ua: сайт*. 29.04.2022. URL: <https://zn.ua/ukr/ariculture/jak-pratsjuje-ahrarnij-biznes-v-umovakh-vijni.html>
4. Кропивко, М. Ф. Стратегічне бачення аграрного устрою України. *Економіка АПК*. - 2017. - № 7. - С. 6-15.
5. Арестархов О. Ринок добрив 2022: українська хімія витримала удар, адаптувалася до військових умов і розпочала відновлення. *InterFax-Україна: сайт*. 26.12.2022. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/880515.html>
6. КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ РОЗПОРЯДЖЕННЯ від 22 липня 2022 р. № 626-р Київ, Про делегацію Уряду України для участі у багатосторонніх переговорах з підготовки та узгодження проекту Ініціативи щодо безпечного транспортування зерна та продуктів харчування з українських портів. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/626-2022-%D1%80#Text>
7. Офіційний сайт *Ostchem Retail*. Безкоштовні кредити для аграріїв з державною програмою підтримки та нашою програмою лояльності URL: <https://ostchem-retail.com/packages/>
8. Інформаційне агентство «*AgroNews.ua*» – джерело актуальної, якісної інформації та аналітики про головні події аграрного бізнесу. Євген Хуриленко: до 30% угод OSTCHEM RETAIL припадає на програми зернообміну. URL: <https://agronews.ua/news/yevgen-hurylenko-do-30-ugod-prypadaye-na-programy-zernoobminu/>

*Подойніцин Сергій Вікторович*  
*аспірант кафедри економіки будівництва, КНУБА*  
*<http://orcid.org/0000-0002-1243-1110>*

## **ПОВОЄННА ВІДБУДОВА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Актуальність.** Усі дії що пов'язані з війною між Україною та росією набули причинний статус занепаду вітчизняної економіки. Активність бойових дій не тільки стримує розвиток певних галузей економіки, а й унеможлиблює їх подальшу діяльність. Зайнятість та платоспроможність громадян України знижена, прогнозування економічних та соціальних показників неможливе, так як ситуація в якій знаходиться держава є ситуацією невизначеності, ризики для українського бізнесу досягли максимальних значень. Отже є нагальна необхідність в пошуку шляхів зміни та стабілізації ситуації з наступним повоєнним відновленням та відбудовою економічного сектору України.

**Мета.** Метою статті є висвітлення деяких зразків досвіду післявоєнної відбудови та відновлення економіки світових держав, окреслити особливості політики відновлення, що притаманні Україні. Навести приклади того, які процеси вже відбуваються в державі і хто є партнерами в цих процесах, звернути увагу на ті галузі промисловості, завдяки яким економіка країни набуде ефективного та сталого розвитку.

**Викладення основного матеріалу.** Сьогодні Україна знаходиться в глибокому соціально-економічному кризовому стані, пов'язаному з російською агресією. Але вже тепер остаточно можна стверджувати, що наша держава гідно вийде з цієї війни, і саме цієї миті формується підґрунтя сталого економічного відновлення країни. Цей процес формування буде набагато ефективнішим, якщо всі економічні перетворення та нововведення знаходитимуть підтримку у більшості громадян України.

Історичний досвід минулого щодо відновлення Європи та Азії говорить нам про наступне: якщо після війни економіку не відновлювати, тоді її потрібно дотувати, а дотування в свою чергу потребує значних фінансових інвестицій на відновлення. Необхідно звернути увагу і на той факт, що без вивчення історичного досвіду, його аналізу та на цьому підґрунті прорахованих дій з боку влади, впровадження нової економічної політики може зійти на нівець. Тобто у країни обов'язково повинен бути чіткий план дій по відновленню економіки України та команда яка цей план впроваджуватиме.

Розпочати глобальну відбудову економіки України можливо лише після закінчення бойових дій, та отримання гарантій безпеки державних кордонів, гарантій територіальної цілісності та незалежності. Найголовнішим питанням постає пошук фінансових джерел для відновлення працездатності українських підприємств та бізнесу. Найбільш масштабним джерелом фінансування насамперед розглядають репарації від росії. На другому місці стоїть допомога від міжнародних організацій та іноземних держав. Наприклад вже існує алгоритм дій між учасниками програми з відновлення України за участю Європейського банку. Цей алгоритм передбачає [2]:

- субвенції місцевим бюджетам;
- формування переліку проектів відбудови;
- прийняття рішення місцевими органами самоврядування щодо фінансування проектів;
- укладання трьохсторонніх угод;
- розробка тендерної документації по проектам;
- оголошення тендеру;
- реалізація проекту.

До реалізації таких проектів можна віднести проекти: «Будівництво високовольтної повітряної лінії 75 кВ Рівненська АЕС - Київська», проект «Реабілітація гідроелектростанцій», «Будівництво 4-х поверхових будинків для тимчасово переміщених громадян у містах Житомир, Лубни, Рівне» і таке інше.

Тож, процес по створенню та впровадженню дій повоєнної трансформації економічної складової України вже у дії. Але цей механізм повинен мати динамічний розвиток задля вирішення задач підвищеної складності повоєнної відбудови економічної складової держави, де в пріоритетах не тільки відновлення зруйнованої та пошкодженої інфраструктури, а й підвищення темпів зростання економіки, налагодження роботи внутрішньої та зовнішньої економічної політики.

Принциповою позицією для фінансування України у післявоєнний час є підтримка держави коштами у формі грантів, а не кредитів. Поява «нових» боргів спричинить економічну загрозу безпеці України. Лише грантова форма надання коштів українським підприємствам та компаніям дозволить уникнути дефолту та спрямувати вектор економічного зростання України. Необхідно зауважити що сподіватися на іноземного інвестора та бізнесмена марно, їхні інтереси та зацікавленість зовсім не співпадають з нашими національними інтересами. Відбудовуючи житло та інфраструктуру іноземні інвестори будуть здебільшого

керуватись моральною складовою, а ось при відбудові української промисловості інвестори будуть насамперед захищати інтереси власної країни та штучно притримувати розвиток української промисловості.

В сьогоднішній економіці держави знаходиться у стані невизначеності, але Україна має всі шанси створити нову успішну країну, вирішуючи як нагальні питання так і «старі» проблеми. Щоб уникнути помилок при перебудові економіки країни необхідно вивчити досвід інших країн, де відбувалися схожі процеси. В Україні на високому рівні присутні наукові передумови та освітні перспективи економічного розвитку під час повоєнного відновлення. Але разом з тим приходиться певне розуміння щодо великої складності розв'язання цих задач. Прикладом є країни G-7 та G-20, які досягли економічного зросту не завдяки експорту ресурсів або фінансової допомоги інших держав, а за рахунок інновацій та вироблення високотехнологічних товарів. Можливо і нашій країні необхідно рухатись шляхом нового, інноваційного, особливого, але власного і особистого.

**Висновки.** Необхідно зрозуміти, що повоєнна відбудова економіки України триватиме не один рік, але покрокова реалізація розробленого та впровадженого плану надаватиме відчутний результат у вигляді збільшення робочих місць, приросту доходів, як в українського бізнесу, так і у населення. Застосування технологій європейських стандартів допоможе українським підприємствам повернути свої позиції на ринку, що були втрачені під час війни, тим самим визначаючи свій вплив на формування вартості продукції. Найважливішими для економіки країни в повоєнний час є такі галузі промисловості як машинобудування, металургія, добування нафти і газу, хімічна та фармацевтична промисловості. Економіку України необхідно перетворити із «сировинної моделі на виробничу, інноваційну, енергонезалежну» [3]. Політика відбудови та відновлення економіки зобов'язана мати підґрунтя яке називається «вікно можливостей» [4], де пріоритетною складовою має стати промисловість. Разом з тим розвиток власної науки та освіти, медицини, соціальної сфери формують фундаментальну основу стійкого та сталого розвитку економіки України.

#### ***Список використаних джерел:***

- 1. Бородіна О.А., Ляшенко В.В. Повоєнне відновлення економіки: світовий досвід та спроба його адаптації для України. Стаття. Державна установа Інститут економіки промисловості НАН України. Київ 2022.№1.С.121-131.*
- 2. Гудзь Т.П., Брусов Н.О. Повоєнна трансформація економічного потенціалу українських підприємств для освоєння євроінтеграційних можливостей.*



*Стаття. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Збірник наукових праць № 11-12 (300-301), 2022. С.28-33.*

*3. Юрчишин В.В. Стан економіки та перспективи її відновлення у 2023 році. Аналітична доповідь. Центр Разумкова, Київ 2023. С.3-15.*

*4. Кіндзерський Ю.В. Повоєнне відновлення промисловості України: виклики та особливості політики. Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України», Україна Економічний аналіз. Київ 2022. Том 32. №2. С.101-114. <https://doi.org/10.35774/econa2022.02.101>*

## ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ДЕВЕЛОПЕРІВ НА РИНКУ ТОРГОВО-ОФІСНОЇ ТА СКЛАДСЬКОЇ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ

Оцінка стратегії девелоперів на ринку торгово-офісної нерухомості включає в себе використання сучасних методів та інструментів для докладного аналізу та розуміння динаміки ринку, попиту, конкуренції і тенденцій. Розглянемо декілька інноваційних підходів, які можна використовувати для економічного обґрунтування засад оцінки ринку торгово-офісної нерухомості.

**1. Використання аналітики великих даних (Big Data) [1] та інструментів штучного інтелекту (AI) та машинного навчання** для збору та аналізу великих обсягів даних, що стосуються ринку та об'єктів нерухомості, включаючи дані про ціни [2], транзакції, регіональні та глобальні тенденції тощо; виявлення патернів і передбачення майбутніх рухів ринку, а також аналізу змін існуючої ситуації на ринку, визначення сили впливу різних факторів, таких як епідемія Covid-19 або воєнні дії у різних областях України [3].

- Прогнозування попиту та цін: Аналіз історичних даних про ціни на офісну та складську нерухомість допомагає розуміти тенденції та прогнозувати майбутні цінові рухи, враховуючі різні зовнішні потрясіння, такі як Covid-19 або воєнні дії.

- Маркетинг та реклама: Використання аналітики для визначення ефективності маркетингових кампаній та рекламних заходів на ринку нерухомості в різних областях держави.

- Оцінка ризиків: Аналіз даних може допомогти ідентифікувати ризики, пов'язані з вибором конкретних об'єктів нерухомості, таких як фінансові ризики або ризики забезпечення орендарів [4].

- Оптимізація портфеля нерухомості: Використання даних для визначення найбільш вигідних об'єктів нерухомості для інвестування та управління портфелем нерухомості для інвесторів та девелоперів.

- Прогнозування обсягів роботи та потреб в складському просторі:

Використання аналізу даних для прогнозування потреб в складському просторі в залежності від ринкових, політичних та економічних умов.

- Управління якістю та обслуговуванням клієнтів: Використання інструментів моніторингу соціальних медіа про конкретні об'єкти нерухомості та бренд девелопера. Аналіз відгуків і рейтингів користувачів для виявлення можливостей для поліпшення якості послуг.

**2. Використання геопросторових інформаційних систем (GIS)** для аналізу географічних параметрів ринку, таких як розташування об'єктів нерухомості, доступність до транспортної інфраструктури та інших факторів, що впливають на ціну та попит.

–GIS може включати дані про дороги, залізниці, аеропорти та іншу транспортну інфраструктуру. Це дозволяє аналізувати зручність та доступність об'єктів торгово-офісної та складської нерухомості для транспортування товарів та співробітників;

–у сфері складської нерухомості GIS може бути використаний для оптимізації розташування складських приміщень та для планування оптимальних маршрутів доставки товарів;

–у сфері торгово-офісних об'єктів GIS допомагає візуалізувати розташування конкурентів та їхню взаємодію з об'єктами нерухомості. Це допомагає приймати девелоперу рішення щодо стратегічного планування та маркетингу;

–GIS може бути використаний для аналізу та вибору місця під нові будівельні проекти відповідно до ринкових потреб та географічного контексту будівництва складських та торгово-офісних об'єктів.

**3. Використання сенсорів та Інтернету речей (IoT)** для економічної оцінки ринку торгово-офісної та складської нерухомості. Збір та аналіз даних в режимі реального часу за допомогою сенсорів та IoT [5] дозволяють девелоперам отримувати інформацію про ринок, споживчі вимоги та фактори, що впливають на ціну та попит на нерухомість. Ця інформація може бути корисною при прийнятті стратегічних рішень щодо розвитку та інвестування в об'єкти складської та торгово-офісної нерухомості.

**4. Розробка прогнозних моделей з використанням штучного інтелекту [6] та нейромереж:**

- Використання аналітичних моделей для прогнозування руху цін на

нерухомість та попиту на неї в майбутньому, для автоматизації процесів, покращення прийняття рішень та збільшення продуктивності, прогнозування витрат на енергію, воду та інші ресурси на складах та торгівельно-офісних будівлях визначати способи їх ефективного управління, моделювання впливу економічних, соціальних та політичних факторів на ринок нерухомості.

- Нейромережі можуть аналізувати дані з сенсорів та IoT-пристроїв, щоб моніторити стан обладнання на складі та передбачити потенційні поломки або несправності.

**5. Використання віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR)** для тестування концепцій і дизайну, а також збору даних та зворотній зв'язок.

- AR дозволяє впроваджувати віртуальні об'єкти у реальне середовище. Це може бути використано для тестування різних дизайнерських концепцій та розміщення меблів в офісах чи торгових площах.

- Девелопери можуть оцінити, які концепції приваблюють більше клієнтів і, отже, можуть бути більш ефективними з економічної точки зору.

Всі ці інноваційні методи економічного обґрунтування вибору стратегії девелоперів на ринку торгово-офісної та складської нерухомості в Україні грають невід'ємну роль у стратегічному плануванні девелоперських проектів, оскільки допомагають визначити, чи є проекти ефективними з економічної точки зору та чи вони сприятимуть досягненню стратегічних цілей компанії.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Як технології для прогнозування попиту можуть змінити вашу стратегію продажів? Впливове media про ритейл – RetailersUA.* URL: <https://retailers.ua/news/tehnologii/13623-yak-tehnologiyi-dlya-prognozuvannya-popitu-mojut-zminiti-vashu-strategiyu-prodajiv>
2. *Стеценко С.П., Шевчук К.І., та інші. Економіка будівельного підприємства. КНУБА, Київ.530с.*
3. *Титок В., Ємельянова О., Галінський О., Лисиця Н., Малихін М. Організаційно-економічні інструменти управління інвестиційними програмами із залученням будівельних підприємств шляхом цифровізації. Review of Economics and Finance this link is disabled, 2022, 20, pp. 1060–1066. SCOPUS*
4. *Федун Ігор; Стеценко Сергій; Цифра Тетяна; Вершигора Дмитро; Вальчук Богдан; Андрій Валентин. Інноваційні програмні засоби для*

- ефективного управління фінансово-економічною діяльністю організації 2023. Розділ книги Springer (Scopus) URL: [https://doi.org/10.1007/978-3-031-08093-7\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-031-08093-7_2)*
5. *Беленкова О.; Новак, Ю.; Мацапура, О.; Запєчна Ю.; Калашиников Д.; Дубінін Д. Удосконалення організації та фінансування будівництва шляхом цифровізації. Міжнародний журнал новітніх технологій і передової техніки. – 2022. – С. 108-115 (Scopus)*
6. *Куліков О. П., Квашина Ю. А., Кривонос К. В. Формування інноваційного потенціалу підприємств в умовах цифрової економіки. БІЗНЕСІНФОРМ, № 6. – 2023. – С. 93-99.*

*Середюк Катерина Володимирівна,  
аспірант кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування КНУБА,  
<http://orcid.org/0000-0001-6592-3947>*

## **ЕКО-ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ ЯК ПЕРСПЕКТИВА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Актуальність.** Україна стикається з серйозними та важкими наслідками військової агресії росії, що безпосередньо впливає на діяльність компаній, побудову бізнес-процесів, управління логістикою та стратегічне планування.

Відбудова економіки в країні потребує пошуку нових шляхів розвитку та залучення інвестицій. У такому контексті, еко-індустріальні парки можуть стати ефективним засобом стимулювання економічного зростання та створення нових робочих місць. Основна концепція еко-індустріальних парків покликана стимулювати економічний розвиток та сприяти залученню іноземних інвестицій, що дозволить розвивати високотехнологічні галузі та забезпечувати стабільне економічного зростання.

**Метою даного дослідження** є визначення сучасних тенденцій і перспектив розвитку еко-індустріальних парків у процесі післявоєнної відбудови економіки України.

**Викладення основного матеріалу.** До початку повномасштабного вторгнення в Україні була велика кількість індустріальних парків, але дуже мало з них реально функціонувало. Зараз Україна має можливість стати більш стійкою до економічних потрясінь і відновити свою промисловість відповідно до найкращих світових стандартів і практик.

Еко-індустріальний парк — це спеціальна зона промислового призначення, яка сприяє сталому розвитку, шляхом забезпечення соціальних, економічних, та екологічних параметрів у процесах вибору розташування, планування, управління та повсякденного функціонування. [1, с. 21]

Відповідно до стратегічної мети Індустрії 4.0 "Створення нових виробничих потужностей через стимулювання інноваційної діяльності підприємств у всіх регіонах країни із використанням конкурентних переваг кожного з них" до 2030 року основним індикатором є залучення фінансових інвестицій через механізм індустріальних парків.

Для досягнення поставленої мети планується виконання наступних завдань:  
- забезпечити формування та розвиток індустріальних парків у місця для

інвестування з відповідною технічною та транспортною інфраструктурою;

- створити мотивацію для залучення інновацій резидентами індустріальних парків;

- визначити пріоритет розвитку мережі індустріальних парків у стратегії регіонального розвитку та включити їх до плану реалізації відповідних заходів;

- співпраця у плануванні та створенні синергії між розвитком громади та парками;

- забезпечити електрифікацію територій створення індустріальних парків та підключити їх до електричної мережі;

- забезпечення водопостачання 24 години на добу, 365 днів на рік з акцентом на повторне використання стічних вод;

- побудова комплексної системи енергопостачання (електрика, газ, тепло) та підключення до мережі, що гарантує цілодобове енергопостачання.

З початком воєнного стану з метою збереження стійкості української економіки уряд реалізує програму релокації підприємств, згідно з якою підприємства переміщують з територій, що наближені або перебувають у зоні бойових дій, до більш безпечних регіонів України та Європи [2].

Запорукою ефективності еко-парків є тісна співпраця між підприємствами, ефективне використання ресурсів та спільне поводження з відходами.

Вищий рівень співпраці – промисловий симбіоз, як спосіб реалізації принципів циркулярної економіки, коли відходи одних підприємств стають сировиною для інших.

Тому, пропонуємо розробити модель еко-індустріальних парків у процесі повоєнної відбудови економіки України може включати наступні елементи(рис.1).



Рис. 1. Запропонована модель еко-індустріальних парків у процесі повоєнної відбудови економіки України [розроблено автором]

Розглянемо більш детально кожний елемент запропонованої моделі:

1. Використання екологічних технологій. Еко-індустріальні парки повинні працювати відповідно до найвищих стандартів сталого розвитку та забезпечувати зниження викидів токсичних речовин в атмосферу, зменшення використання природних ресурсів та оптимізацію виробничих процесів для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

2. Розвиток відновлюваної енергетики. Еко-індустріальні парки можуть бути центрами для виробництва та застосування екологічно чистої енергії, такої як сонячна, вітрова, гідро- та біоенергія. Це дозволить Україні знизити залежність від імпорту джерел енергії та сприятиме розвитку внутрішнього ринку екологічних технологій.

3. Профільний та інноваційний розвиток. У еко-індустріальних парках повинні розташовуватися підприємства, що спеціалізуються на виробництві екологічно чистих та високотехнологічних товарів і послуг. Такі підприємства привернуть інвесторів і будуть сприяти росту економіки країни.

4. Інфраструктура. Для ефективної роботи еко-індустріальних парків необхідна розвинена інфраструктура, яка включає в себе комунікації, транспортні мережі, складські приміщення, науково-дослідні лабораторії та навчальні заклади.

5. Підтримка від держави. Для успішного розвитку еко-індустріальних



парків необхідна підтримка від держави. Це може включати зниження податкового тягаря для підприємств, що діють в парку, надання державних грантів та пільг для впровадження нових екологічно чистих технологій і створення робочих місць.

Отже, розробка моделі еко-індустріальних парків в процесі післявоєнної відбудови економіки України має на меті створення сталого та екологічно чистого виробництва, розвитку відновлюваної енергетики та стимулювання інноваційного розвитку в країні, що допоможе зменшити негативний вплив на довкілля та сприятиме створенню нових робочих місць та зростанню економіки України.

Перспективи розвитку даної моделі сприятимуть:

- циркулярному розвитку економіки;
- залученню іноземних інвестицій;
- ресурсоефективності та зменшенню викидів вуглецю;
- розвитку якісної соціальної та виробничої інфраструктури;
- створення нових робочих місць.

У процесі післявоєнної відбудови економіки України роль еко-індустріальних парків стає все більш важливою. Наукове дослідження, виконане у рамках даного проекту, дозволяє зрозуміти важливість розвитку таких парків для сталого економічного зростання та екологічної політики країни.

Стандарти екології моделі еко-індустріального парку забезпечуватимуть відповідність української продукції міжнародним стандартам якості та підвищення рівня її конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

**Висновки.** Отже, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що розвиток еко-індустріальних парків має великий потенціал для післявоєнної відбудови економіки України. Перспективи від їх створення включають залучення інвестицій, створення нових робочих місць, розвиток інноваційних технологій та зниження негативного впливу на навколишнє середовище.

Крім того, передбачені моделлю ресурсоефективність, чисте виробництво та скорочення викидів вуглекислого газу не тільки захистять зелену екосистему України, але й наблизять державу до відповідності із законодавством Європейського Союзу, що відповідає прагненням України стати її повноцінним членом.

Завдяки еко-індустріальним паркам та їх соціальній складовій, вони можуть не тільки допомогти компаніям, які залишають зону бойових дій, продовжувати

працювати швидко та ефективно, а й надавати працівникам та їхнім сім'ям соціальну інфраструктуру.

Окрім цього, дане дослідження може враховувати унікальне соціальне і політичне середовище України, пов'язане з війною. Такий контекст може створити особливі виклики та перспективи створення еко-індустріальних парків у процесі післявоєнної відбудови економіки України, які потребують детального вивчення та аналізу.

#### ***Список використаних джерел:***

*1. Міжнародні рамкові положення про екоіндустріальні парки. Версія 2.0. Січень 2021. Група Світового банку. Washington. 84 с.*

*2. Програма релокації підприємств. Міністерство економіки України : офіц. сайт. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-867>.*

**Філіппов О.В.,**

*аспірант, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*<http://orcid.org/0000-0002-4601-1966>*

**Кирилов І.В.,**

*аспірант, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*<http://orcid.org/0000-0001-5700-9557>*

## **БУДІВЕЛЬНИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ І ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД. ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА НА ПРИКЛАДІ ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА**

**Актуальність.** Військове вторгнення Росії в Україну завдало важкого удару за поточними економічними показниками та перспективами нашої країни. 2022 рік був складним для всіх галузей української економіки. Будівельний сектор не став винятком. Український бізнес і до війни був затиснутий негативними економічними чинниками, а війна повністю підірвала багато можливостей для бізнесу, зокрема й у будівельній галузі. Після повного вторгнення Росії на територію України більшість експертів у галузі нерухомості передбачали повне падіння ринку новобудов та припинення діяльності забудовників. Проте ці прогнози не справдилися:

- 70% забудовників призупинили роботу у перші три місяці повномасштабної війни;
- 85% вже розпочали роботу до кінця року;
- 60% забудовників активно продовжували будівництво;
- один забудовник відновив роботи у звільненому від окупаційних військ Херсоні.

Опорою економіки воєнного часу є саме українські підприємці. Ключовим завданням повоєнного відновлення є відновлення житлового фонду. Поки не зрозуміло, як виглядатиме цей процес. Відомо, що понад 10 млн. українців були змушені залишити свої будинки внаслідок російського збройного вторгнення; понад 250 тис. людей втратили житло. Наразі триває процес купівлі готових квартир та будівництва нових. Уряд гарантував адекватну компенсацію. Однак очевидно, що цей процес відбувається не надто поспішно, та й гроші є проблемою. З погляду експертів, не поступаючись якістю, цю системну програму слід максимально здешевлювати. З огляду на наявність міцних партнерських зв'язків із європейськими країнами – це можливо. Досвід

використання панельних конструкцій литовцями впроваджується у Норвегії, Фінляндії, Швеції. Йдеться про так зване цифрове будівництво, при якому деталізовані проекти нових споруд (житлові будинки, дитячі установи та ін.) розробляються за допомогою інтерактивних систем, а потім швидко втілюються в життя. На сьогоднішній день Литва готова надати Україні цифровий проект будівництва певної кількості багатоповерхівок, об'єктів соціальної інфраструктури, з пропозицією відібрати групу українських фахівців, не військовозобов'язаних, та провести очне навчання у Литві за відповідними технологіями. Якщо фахівці нашої країни правильно користуватимуться допомогою наших західних партнерів, а також зберігатимуть високий рівень взаємодовіри та діалогу суспільства, влади та бізнесу, то з упевненістю можна сказати, що Україна має всі підстави для економічного оптимізму [1, 2].

**Мета.** Нашій країні потрібен єдиний і патріотичний економічний тил і це бізнес, який навіть незважаючи на війну, втрати та невизначеність майбутнього сплатив більше податків, ніж у попередні роки. Наразі дуже важливо не скасовувати позитивні фіскальні новації, вирішити логістичні проблеми експортерів, залучати іноземні та донорські інвестиції під конкретні проекти локалізації виробництва, відновлення міст.

**Викладення основного матеріалу.** Усі виклики, погрози та проблеми, з якими зіткнулася будівельна галузь, стали результатом тотальної війни: 1. скорочення нових інвестицій. 2. руйнація логістичних ланцюжків. 3. відсутність страхових заходів від ризику руйнації об'єктів внаслідок військових дій. 4. Рішення про купівлю нерухомості, як правило, приймається всередині сім'ї. Через те, що з початку війни значна кількість жінок виїхала за кордон, купівля нової квартири відкладається до повернення в Україну. Поглянувши на показники житла, що вводиться в експлуатацію та активності на ринку комерційної нерухомості, можна легко зрозуміти, як пережила 2022 рік будівельна галузь, враховуючи висновки, які роблять безпосередні учасники будівельного сектору.

З початку повномасштабної війни житлова промисловість не працювала. І Забудовники, і Інвестори розуміли: - інвестувати у житло, особливо в об'єкти, які перебували на стадії проектування, було надто ризиковано; - скоротилася частка інвесторів, які купують квартири на стадії фундаменту для подальшого перепродажу; - додалося загальне зниження купівельної спроможності населення. Припинення будівництва в містах, частково або повністю окупованих або обстрілів, це перша помітна проблема, з якою зіткнулася галузь житлового

будівництва. До незворотних проблем можна віднести: - Відтік персоналу у зв'язку з мобілізаційними заходами; - зупинення промислових підприємств з виробництва будівельних матеріалів; - зростання вартості будівництва; - Нестача електроенергії; - зниження бажання інвестувати в нові об'єкти, що будуються. Більшість виробників будівельних матеріалів були змушені призупинити виробництво, оскільки: - у першому півріччі основними причинами були ракетні обстріли, високі ціни на газ та низький попит на ринку; - у другому півріччі країна зіткнулася з дефіцитом електроенергії, яку постачальники не могли постачати через руйнування об'єктів генерації та розподілу. Держава запровадила обмеження щодо потужності для виробників будівельних матеріалів, що не забезпечило повноцінного виробництва: вартість будівельних матеріалів зростала в середньому на 60% на рік; - вартість будівництва – на 30%. В результаті вартість нового будівництва значно зросла. Забудовники стали неохоче братися за нові будівельні проекти, оскільки ціна квартири як мінімум в 1,5 рази вища, ніж вартість проекту, що завершується [3, 4]. З кінця лютого до кінця квітня ринок був повністю заморожений. Вирішили відновити роботу лише поодинокі проекти в Одесі та Західному регіоні, зі зняттям окупації Київської області до них приєдналися столичні спеціалісти, а з травня до липня таких кроків ставало дедалі більше. Першим столичним забудовником, який відновив будівництво в столиці (ЖК «Нова Англія»), а саме 5 квітня 2022 року була компанія Royal House. Найчастіше поновлення будівництва не є реальним, а лише номінальним. Реально будується менше 40% – це з 70% об'єктів у Київській області, які будувалися до 24 лютого та, як стверджується, відновили роботи на майданчику. А хто дотримується темпів та термінів, їх показник ще менший.

Водночас багато родин переїхали зі східних та південних регіонів до міст Києва та Західної України, зокрема до Львова, Луцька, Лівни та Ужгорода. Це призвело до деякого пожвавлення ринку нерухомості у західних регіонах та зростання цін на нерухомість, але тільки на готові до проживання квартири; 2022 року збільшився попит на нові об'єкти, що знаходяться на завершальній стадії будівництва. Обстріл критично важливих об'єктів інфраструктури в столиці в останні місяці, який унеможливив точне прогнозування та чітке планування, посилив цю тенденцію. Загалом, що далі лінії фронту, то більше вписувалося стимулів відновлення попиту житло. Лідирують регіони, що межують з країнами ЄС. Поки що попит тут носить відволікаючий характер. Люди не готові до активних дій, але цікавляться новими квартирами. У важкі часи гроші потрібні саме зараз — це каталізатор активності народу. Практика виходу із криз – це

активне довгострокове використання без заставних, безвідсоткових кредитів бізнесом та фізичними особами. Сьогодні, поки не варто очікувати на суттєве зростання попиту на нерухомість — відновлення відбудеться після припинення активних бойових дій [5, 6].

**Висновки.** Важлива умова повноцінного повоєнного розвитку України — локалізація виробництва — не менше 60% продукції має проводитись усередині країни. На думку фахівців, галузь почне відновлюватись насамперед за рахунок зовнішніх інвестицій. Процес відновлення будівельного ринку буде не таким швидким: українці миттєво не вкладатимуть свої заощадження у житло. Експерти розійшлися в думках щодо того, що має бути пріоритетним для відновлення первинного ринку житла: одні вважають, що українська промисловість почне відновлюватись здебільшого за рахунок зовнішніх інвестицій; - інші вважають, що говорити про іноземні інвестиції до того, як в Україні буде повністю реалізовано страхування військових ризиків передчасно. Залишається сподіватися, що поновлення відбуватиметься не лише за рахунок внутрішніх приватних інвестицій, а й стимулювання ринку з боку держави через пільгову програму іпотечного кредитування житла. Деякі країни, такі як Польща, Німеччина та Нідерланди, після закінчення війни пережили так зване "післявоєнне зростання" і змогли не лише подолати існуючі труднощі, а й перевершити довоєнні показники якості життя. Їхній досвід післявоєнного розвитку допоможе Україні швидше відновити свою інфраструктуру та повернутися до нормального життя. Повоєнне відновлення європейських країн не завжди було успішним. Проте саме аналіз невдач минулого допоможе українцям уникнути власних невдач з урахуванням усіх можливих ризиків.

Відновлення інфраструктури вимагає приходу миру та фінансової підтримки окремих проектів, а будівельні фірми, виробники матеріалів готові нарощувати свої потужності. Головне – можливість будувати безпечно завдяки Збройним Силам України. Щодо перспектив, то на першому місці стоїть виживання. Якщо будівельна галузь впаде, то впаде економіка. Віримо у перемогу, працюємо над її наближенням. Все буде Україна!

#### ***Список використаних джерел:***

*1. Беленкова О. Ю., Мальований В. П., Цифрові пріоритети трансформації будівництва: держава, галузь, регіон, підприємство. International Scientific-Practical Conference of Young Scientists "Build-Master-Class-2019". Київ, 2019. 394-395 с.*

2. Князевич А. Формування та функціонування інноваційної інфраструктури України. Монографія. Вид. «Волинські береги» 2016.
3. Левченко О.В. BIM-стандарт проектної організації. Сучасні проблеми архітектури та містобудування 2018. №50, С. 65-69.
4. Мігус І.П., Коваль Я.С. Інноваційний розвиток підприємств за умов диджиталізації економіки. Вчені записки Університету "КРОК". 2021. № 2(62). С. 159-165.
5. Stetsenko S.P., Titok V.V., Emeliyanova O.M., Belenkova O.Yu. & Tsyfra T.Yu. (2020). Management of Adaptation of Organizational and Economic Mechanisms of Construction to Increasing Impact of Digital Technology on the National Economy. Реферат Global Economic.. №9. P. 149–164.
6. Концепції впровадження технологій будівельного інформаційного моделювання (BIM-технологій) в Україні та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Київ, 17.02.2021 р. № 152-р <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/152-2021-%D1%80#Text>.

*Адаменко І. В.,*

*магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Науковий керівник: Бєленкова О.Ю.,*

*д.е.н., проф., професор кафедри економіки будівництва*

*Київський національний університет будівництва і архітектури*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ**

**Актуальність.** У сучасному кліматі геополітичних потрясінь і нестабільності кожне підприємство стикається з проблемами, пов'язаними із воєнним станом та іншими формами конфліктів. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану стало надзвичайно актуальною проблемою, що потребує комплексного аналізу та наукового дослідження. Висока невизначеність, мінливе економічне середовище, обмежені ресурси та підвищені ризики в ситуаціях військового конфлікту роблять стратегічне управління підприємствами особливо важливим викликом.

**Метою** даної роботи є ґрунтовний аналіз та систематизація факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств в умовах воєнного стану.

**Викладення основного матеріалу.** Конкурентоспроможність підприємства – це комплексне системне поняття, яке відображає конкурентні переваги конкретного підприємства над іншими за сукупністю параметрів (економічних, фінансових, виробничих, ринкових, кадрових, товарних тощо), що певним чином між собою поєднані та формують пріоритетну унікальність та закріплення позицій на певному ринку у конкретний проміжок часу при визначеному впливі середовища функціонування.

В процесі даного дослідження було проведено аналіз діяльності ПрАТ «ХК «Київміськбуд» у період 2020-2022-х років та розроблено проект розвитку, де головний акцент припав на роботу над фінансовим аспектом його економічної безпеки. Оскільки, щоб підприємство було дійсно конкурентоспроможним, у першу чергу потрібно, щоб його економічна безпека була на гідному рівні.

Головною причиною незадовільного фінансового стану виявилися воєнні дії в країні. Це призвело до перебоїв з фінансуванням, боргів перед ПрАТ «ХК «Київміськбуд» (інвесторів та УКРБУДу) та зниження попиту на нерухомість. І це, у свою чергу, спричинило наступні наслідки: проблема оплати послуг



підрядників, нестача коштів, застій у будівництві, зростання вартості будівельних матеріалів на 35%, а також збільшення витрат на оплату робітників.

Далі було розроблено можливі дії, дотримання яких має допомогти підприємству вирішити його проблеми.

Так, щоб вирішити проблему перебоїв із фінансуванням варто скористатися спеціальними умовами для боржників від держави, залучити нове додаткове фінансування та допомогу, скористатися фінансуванням на недобудовані об'єкти, зайнятися пошуком нових платоспроможних клієнтів під гнучкі договори та залучитися фінансовою підтримкою із боку держави.

Для вирішення проблем із боржниками нами були запропоновані наступні дії: вести перемовини із тими, хто майже повністю вніс оплату, пояснювати ризики несплати, брати участь у державних програмах таких як «ЄОселя», підтверджувати авторитет та підвищувати рівень довіри, реструктурувати борг, завчасно попереджати про зростання цін, по можливості надавати знижку 5-7%.

Для того, щоб проблема зниження попиту на ринку не завдала серйозних збитків варто відтермінувати проекти, що перебувають на стадії розробки, брати участь у державних програмах та тендерах, а також працювати над створенням вигідних умов для нових інвесторів.

Був проведений SWOT-аналіз, у результаті якого було виявлено наступне:

- можливість залучення платоспроможних клієнтів допоможе використати таку сильну сторону як загальновідоме ім'я, досвід та позитивна репутація, а також унікальний підхід до кожного клієнта та висока обізнаність попиту на ринку;

- можливість участі у програмах державного кредитування житла (таких як «ЄОселя») також потребуватиме таких сильних сторін як досвід, репутація та державна підтримка;

- можливість перемовин із наявними інвесторами стосовно внесення платежів за житло потребуватиме таких сильних сторін як висока клієнтоорієнтованість та унікальний підхід до кожного клієнта;

- не всі сильні сторони ПрАТ «ХК «Київміськбуд» на даному етапі можуть позбавити його недоліків. Але такі слабкості як затримка введення об'єктів в експлуатацію, робота за моделлю перехресного фінансування та оплата робіт підрядників квартирами за собівартістю можуть зменшитися, якщо підприємству вдасться залучити дуже лояльних клієнтів та ще більше державної підтримки. І звісно ж зі збільшенням потоку грошових коштів до підприємства робота буде виконуватися в рази швидше та знизиться затримка по введенню об'єктів в

експлуатацію;

- якщо зіставляти сильні сторони підприємства із такою загрозою як війна в країні, що означає щоденний ризик та повну невизначеність у завтрашньому дні, то тут їх ніяк не використаєш, вони не захистять підприємство. І ця загроза сьогодні є найбільшою абсолютно для кожного підприємства в Україні;

- якщо розглядати такі загрози як конкуренти, вірогідність банкрутства та несплати боргів, то сильні сторони можуть врятувати положення та не допустити розвитку поганого сценарію. Так як ПрАТ «ХК «Київміськбуд» – це про стабільність, авторитет та вибір клієнтів, то конкуренти не стануть великою проблемою. Підприємство має прихильність та підтримку із боку держави та від клієнтів, саме це і може захистити його;

- комбінація слабких сторін та загроз може в буквальному сенсі знищити підприємство, тому так важливо по максимуму використовувати сильні сторони та можливості, щоб усіма можливими способами утримати підприємство «на плаву» та посилити його позиції наскільки це можливо при всіх зовнішніх умовах.

**Висновки.** Для того, щоб ПрАТ «ХК «Київміськбуд» мало змогу пристосуватися до умов будівництва у період військового стану, варто зважати на такі тенденції у будівництві як скорочення внутрішнього ринку будівельних матеріалів, проблема імпорту будівельних матеріалів, дефіцит кадрів у будівельній галузі, зростання собівартості будівництва, форс-мажорні обставини, аміни структури та обсягів попиту у сфері будівництва і нерухомості, зміна потенційних покупців, нові особливості вибору житла покупцями та підготовка до повоєнної відбудови.

Отже, зважаючи на сучасні тенденції та дотримуючись вищенаведених рекомендацій, у ПрАТ «ХК «Київміськбуд» є всі шанси підвищити свій рівень конкурентоспроможності, хоч у першу чергу і доведеться зосередитися на порятунку його фінансової безпеки та виходу із ями боргових зобов'язань.

### **Список використаних джерел:**

1. Stetsenko S. Model of a Company Competitiveness Control by Means of Artificial Intelligence Tools. *International Journal of Emerging Trends in Engineering Research*. 2021. Volume 9. № 2, February 2021, pp. 60 – 65.

2. Беленкова О.Ю. Стратегія та механізми забезпечення конкурентоспроможності будівельних підприємств на основі моделі сталого розвитку: монографія. Київ: Ліра-К, 2020. 512 с.

3. *єОселя [Електронний ресурс]. URL: <https://eoselia.diiia.gov.ua/>.*

4. *Храпкіна В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. № 50. С. 245-248.*

5. *Сорокіна Л.В., Гойко А.Ф. та ін. Економетричний інструментарій управління фінансовою безпекою будівельного підприємства: монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. Л.В. Сорокіної. Київ: Київський національний університет будівництва і архітектури, 2017. 404 с.*

6. *Савенко В.І. та ін. Конкурентоспроможність будівельної організації – основа виживання економіки: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 128 с.*

*Жук Аріна Ігорівна,*

*бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури,*

*Назарчук Неля Володимирівна*

*аспірантка, Київський національний університет будівництва і архітектури,*

*Науковий керівник: Захарченко Петро Володимирович*

*к.т.н., проф., завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА*

## **ВИРОБНИЦТВО ТА ВИКОРИСТАННЯ ВИСОКОЕФЕКТИВНИХ СТІНОВИХ МАТЕРІАЛІВ В УМОВАХ ВІЙНИ І ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ**

**Актуальність.** Газобетон – це вид пористого бетону, який використовується в будівництві. Це штучний матеріал, що містить рівномірно розподілені в ньому невеликі закриті пори діаметром 1-3 мм. Для виробництва газобетону використовують цемент, вапно, кварцовий пісок та речовини, які сприяють утворенню газів. Іноді до складу суміші можуть додавати гіпс та індустриальні відходи, такі як зола і шлаки металургійного виробництва. Газобетонні вироби широко використовуються для будівництва різних типів споруд, включаючи багатоповерхові каркасні будинки, об'єкти громадського та промислового призначення, а також при реконструкції існуючих житлових будівель. В наш час використання газобетону в будівництві багатоповерхових каркасних будівель становить близько 30-50 % від загального обсягу будівельних матеріалів [1]. Газобетонні вироби зазвичай використовуються для створення різних конструкційних елементів, таких як несучі стіни, перекриття, утеплення та звукоізоляція. Найбільш актуальне, оптимальне та ефективне використання газобетонних блоків та виробів з них спостерігається у малоповерховому будівництві (до 3 поверхів), де вони можуть одночасно виконувати функції теплоізоляції, звукоізоляції та несучих конструкцій [2].

**Мета.** Вивчити можливості виробництва та використання високоєфективних стінових матеріалів в умовах війни і післявоєнної відбудови.

**Викладення основного матеріалу** У 2021 році 60 % автоклавних газобетонних блоків (АГБ) вироблено двома компаніями – «Орієнтир-Буделемент» і «Аерок», які розташовані в Київській обл. і виробили відповідно 32 і 28 % від загального обсягу. У західній частині країни діє лише один завод – ТОВ «Газобетон», який виробив 2 % продукції. Важливо відзначити, що

ефективність легких стінових матеріалів очевидна як на етапі виробництва, так і під час експлуатації. Такі компанії як ТОВ «ЮДК», ФПГ «Ковальська» (колишній «Енерджі Продакт»), і до певної міри ТОВ «Юпітер», відзначаються високим технологічним рівнем виробництва газобетону та виробляють майже 100 % газобетону з густиною 400 кг/м<sup>3</sup>. ТОВ «Аерок» посідає особливе місце в ієрархії найкращих виробників АГБ в Україні, оскільки він єдиний виробник як газобетону марки D400, так і марки D300.

В період тривалого економічного спаду, який тривав протягом 10 років з 1991 по 2000 рік, виробництво газобетону в Україні різко зменшилося в 12 разів і складало всього 100 тис. м<sup>3</sup> щорічно. Багато заводів, які виробляли газобетон, були призупинені та розібрані на металобрухт, частково через неконтрольований імпорт газобетону і відсутність державної підтримки вітчизняних виробників. З розвитком економіки за рахунок іноземних та українських інвесторів були створені нові виробничі потужності, і станом на 2020 рік обсяг виробництва газобетону склав приблизно 4 млн м<sup>3</sup>. Згідно з даними Всеукраїнської асоціації виробників автоклавного газобетону, у 2020 році його частка в загальній структурі стінових матеріалів України становила 53 %. На ринку газобетону спостерігається дефіцит виробів у всіх асортиментних позиціях. Останнім часом газоблоки мають великий попит серед споживачів завдяки своїм високим показникам якості, енергоефективності і легкості монтажу порівняно з конкурентними стіновими матеріалами.

Це явище виникло через примусове зменшення обсягів виробництва в квітні через воєнний стан. Саме невизначеність на ринку, обмеження продажу непродовольчих товарів призвели до тимчасового зниження попиту на газобетонні блоки. На цьому фоні деякі виробники намагалися виконати свій річний план виробництва, працюючи на 100 % своїх потужностей. Важливо відзначити, що Україна є однією з п'ятих провідних країн у виробництві газобетону в Європі. За оцінками експертів, ринок газобетону в Україні щорічно зростає майже на 5 %. Цей ріст відбувається внаслідок того, що газобетон поступово витісняє цеглу на ринку стінових будівельних матеріалів. Лідерами українського ринку газобетону є ТОВ «Орієнтир-Буделемент», ТОВ «Аерок», ТОВ «Завод харківські будматеріали», ТОВ «Енерджі Продакт», які забезпечують більше 80 % ринку в натуральних показниках. Приблизно 93 % газобетону на українському ринку є вітчизняним.

Продукція вітчизняних виробників завоювало внутрішній ринок завдяки своїй якості і відносно низькій ціні порівняно з імпортними аналогами. Серед

популярних продуктів з газобетону найбільш популярним сегментом є стінові блоки. Ціни на ці блоки залежать від їх розміру і густини бетону, наприклад, ціна за 1 м<sup>3</sup> стінового блоку густиною 300 і 600 кг/м<sup>3</sup> відрізняється на 6,8 %. Світові тенденції ринку газобетону показують тенденцію до зменшення густини і підвищення міцності. Це відбувається в контексті зростання попиту на теплоізоляційний газобетон густиною 100-200 кг/м<sup>3</sup> в зв'язку з необхідністю зменшення викидів парникових газів в світі.

На заводі в м. Обухів працює модернізована технологічна лінія «Універсал-60» потужністю 170 000 м<sup>3</sup> на рік і нова високотехнологічна лінія німецької фірми WEHRHANN Smart з обсягом виробництва 180 000 м<sup>3</sup> на рік. На заводі в м. Березань Київської обл. працює високотехнологічна лінія німецької фірми HESS AAC Systems B.V. проектною потужністю 400 000 м<sup>3</sup> на рік. На цей час виробники автоклавного газобетону використовують литтвову і ударну технологія. Однак, віброударна технологія не дозволяє як коригуючий компонент використовувати гіпсові добавки.

Досвід нових заводів і підприємств України дозволяє рекомендувати литтвову технологію зі спільним використанням збільшеної кількості поворотного шламу і гіпсового каменю. Наукові дослідження і практичний досвід роботи підприємств «Аерок» в Україні підтверджують можливість підвищення коефіцієнта конструктивної якості практично в два рази. Не випадково, провідні європейські виробники газобетону віддають перевагу литтвовій технології і використанню гіпсових добавок. Стабільність технології виробництва ніздрюватих бетонів і, як наслідок їх якість, залежить від багатьох факторів, до числа яких відносяться: якість сировинних матеріалів і стабільність їх властивостей, точність дозування вапна та піску при виготовленні вапняно-кремнеземистого в'язучого.

В Україні за останні роки спостерігається великий попит на якісні вироби з ніздрюватих блоків, який викликаний зростанням об'ємів будівництва. Тому виникла потреба створення нової та розширення існуючої технічної бази для виробництва і застосування цих виробів, щоб задовольнити сучасне комфортне будівництво житла в Україні.

**Висновки.** Ринок газобетону в Україні щороку збільшується, завдяки своїй конкурентній перевазі над іншими будівельними матеріалами. Національні виробники виступають у головних ролях, забезпечуючи нашу країну необхідною кількістю газобетону. Для післявоєнної відбудови України затребуваність в цьому матеріалі зросте багатократно, тому вже тепер необхідно думати про

будівництво нових заводів та розширення виробництва існуючих. Глобальні тенденції газобетонного ринку свідчать про стрімке зниження його густини та підвищення міцності, спрямоване на зменшення викидів парникових газів.

Розширення виробництв газобетону в Україні вимагає підвищеної уваги до технології виробництва, де сировинні матеріали та економічні враховуються як ключові фактори. Вибір між різними технологіями повинен враховувати переваги та недоліки кожної з них. Сучасні технології фірм «Маза-Хенке» показують свою відповідність умовам виробництва в Україні. Запровадження гіпсового каменю може істотно поліпшити технологічний процес та зменшити час виробництва газобетону. Але не менш важливим є контроль якості продукції, що відповідає нормам та стандартам, і це є необхідною умовою успіху на газобетонному ринку.

Загалом, газобетонний сектор в Україні має неймовірний потенціал для подальшого розвитку.

#### ***Список використаних джерел:***

- 1. Даукса П. Автоклавний газобетон в екологічному будівництві. URL: [gazobeton.org](http://gazobeton.org). (дата звернення: 11.10.2023 р.).*
- 2. Дробець Л. Ефективне з'єднання залізобетонних конструкцій з газобетоном. URL: [gazobeton.org](http://gazobeton.org). (дата звернення: 11.10.2023 р.).*

*Колесник Артем*

*здобувач, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Науковий керівник: Руслан ДИМЕНКО*

*д.е.н., професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в*

*будівництві, КНУБА*

<https://orcid.org/0000-0002-6980-8038>

## **РОЛЬ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ В КОНЦЕПЦІЇ ПОВОЄННОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО ПЕРЕХОДУ УКРАЇНИ ДО ВУГЛЕЦЕВОЇ НЕЙТРАЛЬНОСТІ**

Сучасна традиційна енергетика, що заснована на видобувних технологіях, досягла того рівня, коли генерація стала дуже вуглецеємною і призводить до надмірного забруднення навколишнього середовища. У зв'язку з цим загострюються проблеми підвищення енергоефективності галузі, захисту навколишнього середовища та збереження природних ресурсів. Більшість країн світу шляхом вирішення цих проблем обрала розвиток відновлюваної енергетики, яка базується на використанні відновлюваних джерел енергії і ресурсів [1].

Розвиток енергетики України, визначався Енергетичною стратегією держави на період до 2035 року [2], що передбачала тенденції та пріоритети, які повністю відповідали загальним світовим трендам розвитку енергетичної галузі. Однак, війна розв'язана Російською Федерацією в Україні додала нових викликів енергетичному сектору країни. Післявоєнний період в Україні буде супроводжуватися ще й значним пошкодженням енергетичної системи країною-агресором, що робить необхідність трансформації галузі та розвиток енергоефективності ще більш актуальним.

Сьогодні перед Україною стоять масштабні та важливі задачі, а саме:

- відновлення критичної інфраструктури;
- забезпечення енергетичної безпеки країни;
- подальша імплементація законодавства ЄС тощо.

У квітні 2023 року Кабінет Міністрів України за поданням Міністерства енергетики схвалив оновлену Енергетичну стратегію України до 2050 року [3].

Документ відображає цілі Європейського зеленого курсу та базується на принципах комплексного підходу до формування та реалізації політики у сфері енергетики, створення умов для сталого розвитку економіки України.



Міністр енергетики України Герман Галущенко наголосив, що відповідні цілі досягатимуться шляхом розвитку сучасної та безпечної атомної генерації, відновлюваних джерел енергії, модернізації та автоматизації систем передачі та розподілу.

В Енергетичній стратегії України до 2050 року враховані:

- наслідки повномасштабної війни російської федерації проти України, посилення ролі енергетичної безпеки та зміцнення стійкості енергосистеми;
- результати приєднання ОЕС України до європейської мережі операторів системи передачі електроенергії (ENTSO-E) та поглиблення інтеграції енергетичної системи України в загальноєвропейську;
- наявність новітніх технологій (зокрема виробництво та використання водню в енергетичних цілях, малі модульні ядерні реактори, установки зберігання енергії тощо), технічні зміни в енергетичному секторі, світові тренди та інноваційні рішення, вимоги до екологічної безпеки згідно з нормами ЄС та прийнятим зобов'язанням України;
- міжнародні зобов'язання України щодо енергоефективності та використання ВДЕ, зменшення викидів парникових газів тощо;
- децентралізація генерації електроенергії по всій території країни для поліпшення стійкості та надійності енергозабезпечення [4].

В Енергетичній стратегії розглянуто 2 сценарії з урахуванням різних умов безпеки та економічного розвитку: базовий та інтенсивний.

Сценарії побудовані з урахуванням таких факторів як час та умови закінчення війни, темпи відновлення та прогнозні показники зростання ВВП, темпи та повнота інтеграції ринку з ЄС тощо.

Ключове завдання стратегії – перетворення України на енергетичний хаб Європи, який допоможе континенту остаточно позбутися залежності від російського викопного палива завдяки виробленій в Україні чистій енергії. Стратегія передбачає досягнення вуглецевої нейтральності в енергетиці до 2050 року [5].

В умовах повної реконструкції та модернізації галузі енергетики поняття енергоефективності є вкрай важливим, бо це невід'ємний компонент енергетичної безпеки держави, а також її сталого інноваційного розвитку. А на тлі війни енергозбереження як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі набуває ще більшої актуальності. Країна й надалі залишається надзвичайно енерговитратною, від чого страждає конкурентоздатність української продукції, зменшуються можливості забезпечення енергетичної

залежності, залишаються неякісними енергетичні послуги населенню.

Досвід реалізації політики, спрямованої на підвищення енергоефективності, засвідчує про те, що для досягнення найкращих результатів енергоефективність повинна бути інтегрована в інших напрямках економічної та соціальної політики – починаючи від розвитку промисловості й закінчуючи транспортом, житлово-комунальним господарством і оточуючим середовищем – тобто, майже всі сфери діяльності держави. Як приклад, майже всі національні та регіональні стратегії в сфері енергоефективності прямим чином ув'язані з політикою протидії кліматичним змінам.

Головною реформою у сфері енергоефективності став Закон України «Про енергетичну ефективність».[6]

Згідно цього закону *енергетична ефективність* – це кількісне співвідношення між роботою, послугами, товарами або енергією на виході та витраченою енергією на вході. Тут під поняттям «енергія» законодавець має на увазі усі види палива та енергії, які використовуються в національній економіці, у тому числі природний газ, вугілля, нафту, нафтопродукти, скраплений газ, відновлювані джерела енергії, теплову енергію, електричну енергію та будь-які інші форми енергії, визначені у нормативних актах про статистику в галузі енергетики.[7]

Завдяки цьому закону Україна повністю відмовилася від застарілих адміністративних інструментів енергозбереження і переходить до сучасних європейських практик реалізації політики енергоефективності. Україна вже працює над:

- впровадженням енергоаудиту та систем енергетичного менеджменту;
- запровадженням національної системи моніторингу енергоефективності;
- розвитком енергосервісу;
- впровадженням екодизайну та енергомаркування до енергоспоживчої продукції;
- розвитком місцевого енергетичного планування;
- забезпеченням сталого підвищення енергоефективності кінцевого споживання енергії з встановленням цільового показника щорічного скорочення споживання енергії;
- розробкою державних цільових програм підтримки енергоефективності у різних секторах та ін.[8]

29 грудня 2021 року на засіданні Уряду було схвалено Національний план дій з енергоефективності на період до 2030 року [9], яким встановлюється

національна ціль з енергоефективності до 2030 року, а саме: первинне та кінцеве споживання енергії в Україні у 2030 році не повинне перевищувати відповідно 91 468 тис. та 50 446 тис. тон нафтового еквіваленту.

Також Національним планом встановлюються та описуються низка горизонтальних та секторальних заходів щодо досягнення зазначеної мети (в сферах житлових та бюджетних будівель, транспорту, промисловості, енергетики).

За результатами моделювання, у 2030 році за енергоефективним сценарієм передбачається скорочення споживання енергії відносно Базового сценарію на 22,3% (первинна енергія) та 17,1% (кінцева енергія)[8].

Держава зацікавлена у підвищенні ефективності використання енергоресурсів національною економікою, оскільки це дозволяє їй збільшити базу оподаткування та зменшити державні витрати (видатки на енергозабезпечення бюджетних установ), посилити свій вплив на світових ринках та підвищити рівень енергетичної безпеки. Для населення підвищення енергоефективності дозволяє збільшити рівень доходів і зменшити витрати на закупівлю енергетичних послуг. Для суспільства загалом – це шлях наближення до рівня сталого розвитку та можливість зберегти довкілля для нащадків [10].

Важкі часи вимагають економно використовувати ресурси, але вони стануть і можливістю до розвитку. Війна зі всіма своїми жахіттями, руйнуванням критичної та цивільної інфраструктури, в той же час дає змогу відновити та оновити енергетичний комплекс, відбудувати пошкоджені міста і будівлі з урахуванням вимог енергоефективності, за новими нормами та стандартами.

Отже, поліпшення ефективності використання енергії є найбільш швидким і найменш дорогим шляхом сприяння енергетичній безпеці держави, охороні довкілля та стимулювання якісних зрушень у національній економіці. Це вимагає системної роботи, сконцентрованих ринкових сигналів, якими б забезпечувалися стимули ефективних дій, прискореного впровадження нових технологій, забезпечення мінімальних стандартів енергоспоживання апаратів, освітлення, обладнання та будівельних "енергетичних" норм [11].

Хоч Україна і переживає тяжкі часи спричинені воєнною агресією Російської Федерації, все ж таки я вбачаю і позитивні аспекти даної дійсності. Енергетична система України потребувала колосальних змін і пошкодження агресором важливої енергетичної інфраструктури, пришвидшить модернізацію та перебудову енергетичного комплексу. Також, з огляду на дані обставини, не залишаються осторонь країни Євросоюзу та США і надають всебічну допомогу

у цій сфері, що сприятиме більш ефективному розвитку енергетичної галузі України.

### **Список використаних джерел:**

1. Довгалоюк О.М. Стрільяний І.Ю. *Розвиток відновлюваної енергетики в Україні. Проблеми сучасної електроенергетики, електротехніки та електромеханіки у післявоєнному періоді*. 2022. Том 1. № 3. С.4-7.
2. *Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»*. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18.08.2017 р. № 605-р. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>
3. *Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2050 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 21.04. 2023 р. № 373-р.* [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/373-2023-p#n6>
4. Офіційний сайт Міністерства енергетики України – <https://mev.gov.ua/novyna/ukrayina-enerhetychnyy-khab-yevropy-uryad-skhvalyuv-enerhetychnu-stratehiyu-do-2050-roku> (дата звернення 25.10.2023)
5. *Яким буде енергетичний сектор після війни. Економічна правда, 07.2023,* [Електронний ресурс]. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/07/4/701854/>
6. *Про енергетичну ефективність: Закон України* [Електронний ресурс]. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1818-20#Text> (дата звернення 25.10.2023)
7. *Енергетична ефективність: основні поняття та складові. Юридична газета: всеукраїнське професійне юридичне видання, 2022 р.* [Електронний ресурс]. – URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/energetichne-pravo/energetichna-efektivnist-osnovni-ponyattya-ta-skladovi.html> (дата звернення 25.10.2023)
8. *Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України «Держенергоефективності»*. URL: <http://surl.li/phmhq>
9. *Національний план дій з енергоефективності на період до 2030 року*. URL: [https://www.sae.gov.ua/sites/default/files/blocks/25.01.2022\\_НІД%20ЕЕ\\_2030.pdf](https://www.sae.gov.ua/sites/default/files/blocks/25.01.2022_НІД%20ЕЕ_2030.pdf)
10. *Власюк О.С., Прейгер Т.К. Конкурентоспроможність енергетики: стан, проблеми, перспективи. Стратегічна панорама. 2019. № 2.*
11. *Базюк Т.М., Огієвич О.М. Оптимізація інформаційних потоків при визначенні показників енергоефективності на підприємстві. Енергетика: економіка, технології, екологія. 2014. №2.*

*Кот Ірина Миколаївна,*

*бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Науковий керівник: Лаврухіна К.О.,*

*к.е.н., доцент кафедри економіки будівництва,*

*Київський національний університет будівництва і архітектури*

*<https://orcid.org/0000-0003-2417-7153>*

## **ОЦІНКА МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ УКРАЇНИ 2024 РОКУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Державний бюджет займає одне з провідних місць у фінансовій системі та системі регулювання розвитку кожної країни, виступаючи невід'ємним компонентом розбудови незалежної держави. Необхідність вивчення системи державного бюджетування є одним із найважливіших аспектів для прийняття ефективних управлінських рішень у галузі економіки і фінансів. Одним із напрямів нашого дослідження макроекономічних показників Державного бюджету України є аналіз інформації про стан і розвиток Держбюджету, який є передумовою створення методологічної основи для подальших наукових досліджень у фінансовій системі.

Розглянемо процес формування місцевих бюджетів на 2024 рік, що розпочався у важких умовах повномасштабного воєнного вторгнення та правового режиму воєнного стану, що продовжуються в Україні. Негативні наслідки цих подій зумовлюють загострення проблем сталого та збалансованого розвитку територіальних громад.

Отже, в діяльності місцевого самоврядування виникають специфічні вимоги та обмеження економічного та фіскального змісту.

Лише послідовна та адаптована до несприятливих зовнішніх умов система планування місцевих бюджетів здатна забезпечити результативність бюджетного регулювання, створити умови для відновлення прийнятної динаміки фінансово-бюджетних показників на місцевому рівні.

Наявні виклики зумовлюють необхідність надзвичайно зваженого підходу до визначення напрямів використання бюджетного ресурсу. Організація бюджетного планування має відбуватися на засадах єдності підходів, відповідальності, інформаційної прозорості та ефективності, а також враховувати такі позиції:

- ✓ воєнний стан в Україні, введений через повномасштабну збройну агресію російської федерації проти України, є ключовим викликом для бюджетної системи держави;
- ✓ від учасників бюджетного процесу вимагається надзвичайно зважений підхід до визначення напрямів використання бюджетного ресурсу;
- ✓ прийняття раціональних управлінських рішень у бюджетному процесі дасть змогу посилити збройні сили України у протистоянні агресору та виконати соціальні зобов'язання держави;
- ✓ бюджет - це пріоритети держави, тому він має відображати питання, що забезпечать ефективність механізмів і прозорість цілей витрачання коштів, сформувати довіру і позитивні очікування в суспільстві.

Слід зазначити, що з метою відновлення боргової стійкості та згідно з домовленостями з міжнародними партнерами передбачено поступове зниження дефіциту державного бюджету з 27,0% ВВП, запланованого на 2023 рік, до 20,8% ВВП – у 2024 році, 11,4% ВВП – у 2025 році, 7,0% ВВП – у 2026 році, що призведе до зменшення надходжень державного та місцевих бюджетів. Водночас, незважаючи на певну стабілізацію економічної ситуації в поточному році, ступінь невизначеності щодо основних прогностичних макропоказників залишається високою. З огляду на збереження високого ступеня невизначеності щодо змін у безпековому середовищі, внутрішніх та зовнішніх умов функціонування економіки, основні прогностичні макропоказники надалі можуть бути уточнені.

У середньостроковій перспективі відновлення ВВП стримуватимуть безпекові фактори та міграційні процеси. Але загалом, враховуючи значну адаптивність економічних агентів до нових умов функціонування та поступове відновлення, яке вже спостерігається, очікується висхідна позитивна динаміка економічного розвитку: зростання ВВП на 2,8% у поточному році, на 5% у 2024 році із пришвидшенням економічної динаміки до 7% у 2025 році та 7,5% у 2026 році. Зазначена динаміка відбуватиметься на фоні уповільнення інфляційних процесів з 14,7% у поточному році до 5,8% у 2026 році. З урахуванням вагомості соціальних, фінансових та макроекономічних ризиків у системі безпекових ризиків держави планування показників місцевих бюджетів має бути зосереджене на забезпеченості збалансованості та стійкості.

При підготовці бюджетних запитів особливу увагу слід звернути на підвищення соціальних стандартів у 2024 році (таблиця 1).

Таблиця 1

## Соціальні стандарти на 2024 рік

Показники	2024 рік прогноз	2025 рік прогноз	2026 рік прогноз
Розмір мінімальної заробітної плати	з 1 січня 2024 року – 7 100 грн, з 1 липня 2024 року – 8 000 грн	з 1 січня 2025 року – 8 370 грн	з 1 січня 2026 року – 8 956 грн
Посадовий оклад працівника I тарифного розряду Єдиної тарифної сітки	з 1 січня 2024 року – 3 195 грн, з 1 липня 2024 року – 3 600 грн	з 1 січня 2025 року – 3 766 грн	з 1 січня 2026 року – 4 030 грн
Прожитковий мінімум	на одну особу в розрахунку на місяць – 2 920 грн, для основних соціальних і демографічних груп населення: дітей віком до 6 років – 2 563 грн; дітей віком від 6 до 18 років – 3 196 грн; працездатних осіб – 3 028 грн; осіб, які втратили працездатність, – 2 361 грн	на одну особу в розрахунку на місяць – 3 183 грн, для основних соціальних і демографічних груп населення: дітей віком до 6 років – 2 794 грн; дітей віком від 6 до 18 років – 3 484 грн; працездатних осіб – 3 301 грн; осіб, які втратили працездатність, – 2 573 грн	на одну особу в розрахунку на місяць – 3 431 грн, для основних соціальних і демографічних груп населення: дітей віком до 6 років – 3 012 грн; дітей віком від 6 до 18 років – 3 756 грн; працездатних осіб – 3 558 грн; осіб, які втратили працездатність, – 2 774 грн

На цьому етапі розвитку воєнних дій на території України неможливо чітко визначити наслідки російської агресії та її негативний вплив на економіку країни, що знижує реалістичність прогнозів економічного і соціального розвитку та бюджетних показників на середньостроковий період як країни загалом, так і окремих регіонів та громад.

Варто відзначити наступні ключові виклики складання проектів місцевих бюджетів територіальних громад на 2024 рік:

- ✓ висока ймовірність похибки при розрахунку макроекономічних прогнозних показників;
- ✓ втрата прийнятної динаміки місцевого економічного розвитку;
- ✓ втрати або зменшення (дестабілізація) джерел надходжень до бюджетів у частині податків і зборів, як наслідок – дефіцит фінансового ресурсу для повного забезпечення реалізації функцій місцевого самоврядування;
- ✓ неузгодженість (негармонізований стан) стратегічних, програмних та бюджетних документів на національному, регіональному та місцевому рівнях;

✓ системні ризики бюджетного процесу в умовах прогнозової невизначеності.  
Задля їх подолання короткострокові пріоритети та задачі бюджетної політики мають базуватися на ефективному механізмі гармонізації документів стратегічного планування, економічного програмування та програмно-цільового бюджетування.

Процес планування показників місцевих бюджетів – 2024 має бути зосереджений на забезпеченні:

✓ економічного відновлення, збалансованості бюджетних позицій та стійкості соціально-демографічних показників;

✓ обґрунтованості, доцільності та послідовності при прийнятті всіх без винятку управлінських рішень у місцевому економічному розвитку та в бюджетному процесі.

У цей складний для України час це дасть змогу забезпечити реалізацію повноважень місцевого самоврядування на шляху досягнення стратегічних і програмних цілей стабілізації, відновлення та розвитку.

#### ***Список використаних джерел:***

- 1. Онищук І. Аналіз виконання місцевих бюджетів за 2022 рік. Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/16105> (дата звернення: 23.20.2023р.)*
- 2. Особливості складання проєктів місцевих бюджетів на 2024 рік. Режим доступу : <http://surl.li/kvoht> (дата звернення 23.10.2023р.)*
- 3. Проект Державного бюджету України на 2024 рік в частині показників місцевих бюджетів та міжбюджетних трансфертів: Всеукраїнська Асоціація ОТГ напрацювала пропозиції. Режим доступу: <http://surl.li/phlys> (дата звернення: 20.10.2023р.)*
- 4. 50% бюджету – на війну. За що житиме Україна у 2023 році? Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/09/15/691490/> (дата звернення: 23.20.2023р.)*



*Іваненко Оксана Анатоліївна,*

*магістр, ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»*

*Дрозач Максим Іванович*

*к.е.н., ст.н., сп., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці*

*ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»*

*<https://orcid.org/0009-0007-3971-9994>*

## **ПЕНСІЙНА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕФОРМ**

**Актуальність.** Невтішні тенденції демографічних втрат населення України через війну спрямовують думки вчених та представників державної влади на вирішення перспектив існування нашої держави та її національної безпеки. Все частіше лунають песимістичні висновки про складні перспективи післявоєнного відновлення України. Війна завдала величезної шкоди країні, і подолання цих наслідків ставить складні завдання: відновлення економічного потенціалу країни, вихід з економічної кризи та забезпечення стабільності, повернення громадян України, що мігрували через війну на батьківщину, забезпечення гідних умов життя населення та подолання депопуляції. Одними з головних кроків для вирішення цих завдань є перемога України у війні, формування та реалізація всеосяжного плану відновлення, проведення реформ, спрямованих на підвищення ефективності економіки, реформування системи соціального та пенсійного забезпечення, що, на нашу думку, створить передумови легалізації зайнятості, стабілізації податкових надходжень та зменшення залежності від міжнародної допомоги, що обумовлює необхідність даного дослідження.

**Мета** – визначити виклики та перспективи реформування пенсійного забезпечення як передумови легалізації зайнятості економіки в цілому.

**Викладення основного матеріалу.** Війна призвіль до значних людських втрат, як військових, так і цивільних громадян, що пов'язано як з безпосередніми наслідками війни, такими як поранення та захворювання, так і з непрямими наслідками, такими як звуження доступності медичних послуг, психічні захворювання, депресії та суїциди. Вже зафіксоване зниження народжуваності в Україні. Це пов'язано з такими факторами, як фінансові труднощі, страх перед майбутнім та стрес. За даними Державної служби статистики України, у 2023 році в Україні народилося 196,6 тисячі дітей, що на 28% менше, ніж у 2022 році. Це найнижчий рівень народжуваності в Україні за всю історію спостережень.

Зауважимо, що війна лише посилила демографічний спад в Україні, який триває вже протягом декількох десятиліть. За прогнозами експертів, зниження народжуваності в Україні буде продовжуватися і в найближчі роки. Це означає, що кількість працюючих людей, які сплачують внески до пенсійного фонду, скорочується, а кількість пенсіонерів, які отримують пенсії, збільшується. У 2023 році на 100 працюючих українців припадає 136 пенсіонерів. Цей показник продовжує зростати і, за прогнозами, в 2030 році становитиме 150 пенсіонерів на 100 працюючих. Це може призвести до таких негативних наслідків, як зменшення кількості населення, зростання навантаження на пенсійну систему, зменшення економічного потенціалу країни. Для того, щоб зупинити зниження депопуляції в Україні, влада повинна вжити заходів, спрямованих на підвищення рівня життя населення усіх верств населення, зниження соціальної напруги в суспільстві через збільшення кількості людей, які потребують соціальної підтримки.

За останні 20 років, Україна спробувала впровадити пенсійну реформу, починаючи від прийняття закону «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» у липні 2003 року [1]. Ця ініціатива передбачала введення обов'язкових накопичувальних пенсійних рахунків для того, щоб пенсіонери, коли вони виходять на пенсію, мали, крім солідарної, ще й накопичувальну частину своєї пенсії. Особи, які розпочали працювати двадцять років тому, вже мали б накопичення, еквівалентне понад половині необхідного стажу для отримання пенсії, якби вони почали відкладати кошти на свої накопичувальні рахунки. Проте, протягом цього періоду всі спроби впровадження накопичувальних пенсій завершувалися відтермінуванням даного питання. І зараз знову це питання постає, але вже не з точки зору забезпечення гідного життя людей похилого віку, але як питання економічної безпеки країни.

Так, дуже малим є співвідношення розміру пенсії до середньої зарплати. У 2023 році середня пенсія в Україні становить 3 700 гривень, а середня зарплата - 15 000 гривень. Це означає, що розмір пенсії в Україні є значно нижчим за середню зарплату, а пенсіонери в Україні отримують лише 25% від середньої зарплати [5]. На основі цих статистичних даних можна зробити висновок, що існуюча пенсійна система в Україні є нестійкою і не забезпечує достатнього рівня пенсій для майбутніх пенсіонерів.

Наразі система пенсій в Україні включає три рівні: солідарний, де пенсії виплачуються з внесків працюючих; накопичувальний, де кожен громадянин має власний накопичувальний рахунок; та добровільний, що передбачає можливість

відкриття додаткових накопичувальних рахунків у недержавних пенсійних фондах. У даний час в Україні діють лише перший і третій рівні. Отже, пенсійна реформа передбачає введення обов'язкових накопичувальних пенсійних рахунків. Важливо враховувати, що в контексті війни та складної економічної ситуації, дефініція шляху для реформи залишається відкритою питанням [2].

Так, у листопаді 2022 року, законопроект щодо пенсійної реформи був зареєстрований у парламенті, але не всі підтримують цю ідею через воєнні події та рекордну інфляцію, що робить інвестиції у накопичувальні пенсії менш привабливими [3]. В Україні інфляція є високою і постійно зростає (у 2023 р. інфляція в Україні становила 20% [5].), тобто пенсії поступово знецінюються. Водночас з відкладанням розгляду даного питання, можуть виникнути такі проблеми як збільшення числа пенсіонерів внаслідок старіння населення, що призведе до збільшення фінансового тиску на пенсійну систему. Якщо кількість працюючих не зростатиме достатньо швидко, щоб підтримувати пенсії для старших громадян, система може зіткнутися з дефіцитом коштів. Без реформ, із зростанням числа пенсіонерів, існує ризик, що рівень пенсій залишиться низьким, а це може вплинути на якість життя пенсіонерів і породити соціальні проблеми. Умови демографічного тиску можуть погіршити ситуацію, а зменшення кількості працездатного населення може ускладнити здатність системи генерувати достатні ресурси для виплат пенсій. Недостатньо раціональна пенсійна система є економічним тягарем для країни, зменшуючи конкурентоспроможність та ефективність економіки. Так, у 2023 році на покриття дефіциту Пенсійного фонду направлять 232,9 млрд грн – майже 10% від усіх запланованих видатків [4]. Низькі пенсії та невпевненість у фінансовій стабільності можуть викликати соціальну нестабільність та незадоволеність серед пенсіонерів та інших верств населення. Відповідна зміна пенсійного законодавства є необхідною для того, щоб забезпечити фінансову стабільність пенсійної системи та підвищити рівень пенсій для майбутніх пенсіонерів.

Відтак реформування пенсійної системи повинно включати в себе впровадження ефективних механізмів накопичення коштів, підвищення пенсійної вікової межі, розробку стимулюючих програм для продовження робочого життя, збільшення прозорості та ефективності управління пенсійними фондами, впровадження обов'язкових накопичувальних пенсійних рахунків (це дозволить забезпечити додаткові джерела фінансування пенсій, а також підвищити рівень пенсій для майбутніх пенсіонерів), підвищення розміру внесків до пенсійного фонду, реформування системи управління пенсійним

фондом. Це дозволить підвищити ефективність управління пенсійним фондом і забезпечити більшу прозорість та підзвітність перед громадянами.

Ці зміни потребують ретельного обговорення та врахування всіх ризиків та виклики, які вони створюють. Однак, в довгостроковій перспективі вони є необхідними для забезпечення фінансового добробуту українців у майбутньому.

Окрім того, перед пенсійною системою України ряд серйозних викликів. З одного боку, необхідно забезпечити гідні пенсії інвалідам, які втратили працездатність унаслідок війни. З іншого боку, необхідно врахувати, що зростання кількості інвалідів призведе до додаткових витрат на пенсійне забезпечення. Відтак без реалізації пенсійної реформи України з урахуванням зростання кількості інвалідів внаслідок війни бюджет держави постійно буде містити статті компенсації дефіциту бюджету пенсійного фонду. Серед непопулярних заходів реформування пенсійної системи - це зростання ставки ЄСВ, підвищення пенсійного віку, щоб гарантувати пенсіонерам якусь мінімальну допомогу з втрати працездатності. Також громадяни повинні мати більше можливостей для додаткового пенсійного забезпечення, наприклад, через участь у добровільній недержавній накопичувальній системі. Водночас «економити» соціальні виплати на ветеранах-інвалідах війни – це не поважати саму країну. Інваліди мають право на ряд пенсійних пільг, які необхідно впорядкувати та зробити більш справедливими.

Можливість реалізації пенсійної реформи в Україні визначається не лише завершенням війни, але й наявністю в держави достатніх ресурсів для ефективного впровадження змін, формування ефективних інституцій, які забезпечать збереження пенсійних накопичень у відповідності з сучасними вимогами. Слід зауважити, що громадяни України, маючи попередні досвіди втрат коштів у банківській системі, проявляють значну обережність і недовіру до фінансових інститутів, таких як банки, страхові компанії та недержавні пенсійні фонди. Необхідно також врахувати важкість фінансування пенсійної реформи, зокрема на початкових етапах її впровадження. Слід підкреслити, що концепція реформи передбачає використання частини єдиного внеску до соціального страхування для направлення на накопичувальні пенсійні рахунки, що призведе до скорочення фінансування Солідарного Пенсійного фонду та збільшення видатків з бюджету для його компенсації.

Також слід зазначити, що навіть без витрат на пенсійну реформу уряду важко фінансувати всі видатки у 2023 році, і велика залежність від міжнародної допомоги вказує на складність забезпечення потреб країни. У разі відсутності

такої допомоги виникнуть проблеми із забезпеченням фінансових ресурсів, що може призвести до зменшення видатків та використання альтернативних методів фінансування, включаючи можливість звернення до "друкарського верстата". Загалом, ситуація стосовно реформи може змінитися після завершення війни, однак ймовірно, що до цього часу не буде створено ефективних інституцій, які забезпечать надійне управління пенсійними активами та гарантування їхньої збереженості.

**Висновки.** Загалом, перспективи реформування пенсійної системи в Україні є складними та невизначеними. Однак, враховуючи демографічні зміни, які відбулися внаслідок війни, проведення реформи є необхідним для забезпечення фінансової стабільності пенсійної системи та підвищення рівня пенсій для майбутніх пенсіонерів. Реформа пенсійної системи в Україні повинна включати в себе: впровадження обов'язкових накопичувальних пенсійних рахунків, підвищення пенсійної вікової межі, розробку стимулюючих програм для продовження робочого життя, збільшення прозорості та ефективності управління пенсійними фондами. Реформування пенсійної системи є складним завданням, яке вимагає ретельного обговорення та врахування всіх ризиків та виклики, які воно створює. Однак, в довгостроковій перспективі ці зміни є необхідними для забезпечення фінансового добробуту українців у майбутньому.

#### ***Список використаних джерел:***

- 1. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування : Закон України від 9 липня 2003 року № 1058-IV (Редакція від 07.09.2023) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1058-15#Text>*
- 2. Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи : Закон України від 8 липня 2011 року № 3668-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3668-17#Text>*
- 3. Законопроект № 7411-д «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування пенсійної системи» від 2 листопада 2022 року URL: <http://surl.li/ogder>*
- 4. Вінокуров Я. Влада згадала про пенсійну реформу, та чи можна її провести під час війни? Економічна правда. 23 листопада 2022 р. URL <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/11/23/694140/>*
- 5. Дані державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>*

*Резник Дмитро Олександрович,  
студент, Київський національний університет будівництва і архітектури*

<https://orcid.org/0009-0005-4281-4760>

*Науковий керівник: Головаш Богдан Едуардович*

*к.е.н., доц., КНУБА*

## **РИЗИКИ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ. НЕОБХІДНІСТЬ ВРАХУВАННЯ РИЗИКІВ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ**

Сучасна економіка характеризується значною кількістю ризиків, особливо це стосується зовнішньоекономічної діяльності.

Найбільшого поширення набула класифікація, відповідно до якої ризики поділяються на такі види: операційний, кредитний та ринковий ризики.

Операційний ризик – це ризик, пов'язаний з наявними недоліками в управлінських і системах контролю на підприємствах. Сюди належать ризики, що зумовлені помилками управлінців і працівників підприємства, проблемами внутрішнього контролю та організації виробничого процесу на підприємстві.

Кредитний ризик – це ризик неповернення наданих грошових ресурсів або інших активів у визначеному обсязі та у визначений строк.

Ринковий ризик – це ризик отримання збитків, які спричинені зміною зміну ринкових цін, також це може бути ризик зміни основних характеристик ринку – відсоткових ставок, курсів валют, цін на акції, кореляції між різними факторами впливу та мінливість цих факторів.

Ураховуючи різноманітність ризиків під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності та для зручності їх об'єднують у групи ризиків.

1. Ризик країни. Перебуває за межами банківської системи або конкурентного середовища. До цих видів ризику належать політичні та економічні події, що відбуваються у країні та можуть призвести до втрат під час реалізації зовнішньоекономічної діяльності.

2. Ризик банку асоціюється із втратами, що виникають унаслідок недостатньої надійності фінансової системи країни та помилками в управлінні банківською установою.

3. Валютний ризик у більшості випадків є визначальним чинником ефективності міжнародної торгівлі. Валютні ризики впливають не тільки на підприємства при укладанні зовнішньоекономічних контрактів, але й під час

операцій купівлі-продажі, виконання форвардних контрактів та опціонів.

4. У зовнішньоекономічній діяльності існують два види ризику партнерів: ризик неплатежу та ризик невиконання контракту.

Ризик неплатежу виникає для експортера, якщо імпортер немає можливості або бажання здійснити платіж за контрактом.

Ризик невиконання контракту полягає у ймовірності порушення та недотримання умов контракту контрагентами.

5. Транспортні ризики виникають у зовнішньоекономічній діяльності при переміщенні товару від продавця до покупця.

6. Дуже важливою групою ризиків у зовнішньоекономічній діяльності є маркетингові ризики. Вони пов'язані із продажем товарів і послуг на ринках. [1]

За умов сповільнення розвитку міжнародної торгівлі в Україні постає питання вдосконалення інструментів впливу на ЗЕД та активізації експортно-імпортних операцій, наскільки це є можливим в актуальних умовах. Ще у 2017 році була прийнята Експортна стратегія України (далі – Стратегія), яка, на жаль, мала переважно теоретичний характер, аніж практичний. Положення Стратегії визначали пріоритетні для України вектори розвитку експортної діяльності, які в умовах воєнного стану та, в перспективі, на етапі пост-воєнного відновлення, актуалізуються. Доцільно зауважити, що саме переорієнтація експорту із сировинного у товарний, зокрема такої продукції, яку можна визначити наукомісткою, високотехнологічною, інноваційною та із високою доданою вартістю, може позитивно вплинути на динаміку показників ЗЕД та змінити рівень конкурентоспроможності і держави, і вітчизняної продукції на теренах світового простору. Відповідно, в контексті побудови тактики відновлення ЗЕД на поствоєнному етапі за основу варто взяти визначені Стратегією задачі:

задача 1: створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту;

задача 2: розвиток послуг із підтримки бізнесу та зовнішньої торгівлі в пост-воєнний період;

задача 3: зміцнення навичок і компетенцій суб'єктів господарювання, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

Суб'єкти господарювання мають усвідомлювати, що на етапі відновлення економіки, який неминуче настане після закінчення війни, вони отримають можливість вийти на нові ринки, що належать прогресивним європейським державам. Проте, основними передумовами зайняття впевнених позицій на них є прагнення і готовність вітчизняних підприємств до освоєння різних сфер

економіки, а також підвищення конкурентоспроможності шляхом збільшення рівня інноваційності, екологічності і технологічності товарів/послуг. [2]

Незважаючи на повномасштабне вторгнення росії, ЗЕД має перспективи для відновлення та розвитку, але це можливе лише за сприяння держави в підтримці вітчизняних виробників та стимулюванню їх до експортної діяльності на ринки ЄС.

**Список використаних джерел:**

1. Гобела В. В. *Управління зовнішньоекономічною діяльністю & Management of Foreign Economic Activity: навчальний посібник* / В. В. Гобела. - Львів: ЛьвДУВС, 2021. - 244 с.
2. Скрипник С. *Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану* / С.Скрипник, О.Процевят, О.Воронова // *Економіка та суспільство*. – 2022. – № 38 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1308>.



*Романчук Анастасія Олександрівна*

*магістр, Київський національний університет будівництва і архітектури*

*Науковий керівник: Ляліна Наталя Петрівна,*

*д-р техн.н., професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві*

## **ОЦІНКА СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБЛИЦЮВАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ВНУТРІШНЬОГО ОЗДОБЛЕННЯ**

Повоєнна відбудова економіки України є одним із найважливіших завдань, що стоять перед державою. Важливу роль відіграє розвиток внутрішнього ринку, зокрема, будівництва та ремонту житлових будинків. Одним із ключових аспектів цього процесу є використання ефективних та якісних облицювальних матеріалів.

Метою є провести оцінку споживчих властивостей та ефективності використання облицювальних матеріалів для внутрішнього оздоблення в умовах повоєнної відбудови економіки України.

Облицювальні матеріали для внутрішнього оздоблення є одними з найважливіших елементів у дизайні та будівництві житлових і громадських приміщень. Вони не тільки визначають зовнішній вигляд приміщення, але й впливають на його мікроклімат і експлуатаційні характеристики. У сучасному світі існує широкий вибір облицювальних матеріалів з різними споживчими властивостями та цінами.

Відновлення економіки України є пріоритетним завданням для держави. Найбільші збитки внаслідок війни були завдані інфраструктурі України. Для цього будуть потрібні значні інвестиції, які можуть бути залучені як з внутрішніх, так і з зовнішніх джерел.

При виборі облицювальних матеріалів для оздоблення необхідно враховувати такі фактори:

Естетичність облицювальних матеріалів. Для створення оригінального і стильного дизайну приміщення можна використовувати різні види облицювальних матеріалів у комбінації один з одним.

Міцність облицювальних матеріалів. Матеріали повинні витримувати навантаження, що виникають у процесі експлуатації, такі як механічні удари, вплив вологи, і т.д. Для підвищення міцності можуть використовуватися різні

технології, такі як армування, просочення та інші.

Довговічність облицювальних матеріалів. Можуть використовуватися різні матеріали і технології, такі як використання високоякісних матеріалів, спеціальні покриття і т.д.

Практичність облицювальних матеріалів повинні бути легко утримуватися в чистоті, не вимагати складного догляду і обслуговування. Можуть використовуватися різні матеріали і технології, такі як використання водовідштовхувальних покриттів, стійких до хімічних речовин і т.д.

Економічність облицювальних матеріалів повинні бути економічними і доступними для широкого кола споживачів.[2, с. 42-50].

До основних видів відносяться: плитка - вона має високі показники міцності, довговічності та практичності; штукатурка – вона є екологічно чистим матеріалом; штучний камінь - це матеріал, що імітує натуральний камінь тощо. Облицювальні матеріали для внутрішнього оздоблення дають широкі можливості для створення неповторного дизайну приміщення [1, с. 112-115].

Війна також показала, що Україна має значні можливості в галузі високих технологій. Для того, щоб скористатися цими можливостями, необхідно створити систему підтримки інновацій, яка включатиме фінансування наукових досліджень та розробок, а також створення умов для комерціалізації інновацій.

Облицювальні матеріали для внутрішнього оздоблення можуть зробити приміщення більш красивим, затишним і практичним. В процесі вибору матеріалів для оздоблення потрібно брати до уваги багато аспектів, від естетики та функціональності до вартості та екологічних питань. Важливо враховувати, що кожне приміщення має свої унікальні вимоги та характеристики. Також при виборі даних матеріалів потрібно враховувати призначення приміщення [4]. Відновлення економіки України є складним і тривалим процесом. Однак, за умови ефективної реалізації стратегії перетворень, Україна має всі можливості для відновлення свого економічного потенціалу. Щоб забезпечити ефективність реалізації стратегії перетворень, необхідно забезпечити прозорість та відкритість процесу управління інвестиціями, а також провести моніторинг результатів відновлення економіки. Відновлення економіки України також залежить від стану світової економіки, політичної ситуація в Україні, зовнішньоекономічної політики України. Україна має всі можливості для відновлення своєї економіки та досягнення економічного зростання.

### **Список використаних джерел:**

1. Бойко О. С. *Інноваційна політика України: Теоретичні та методичні засади: Монографія.* – К.: НАН України, Інститут економіки та прогнозування, 2022. – 280 с.
2. Гальчинський А. С., Руденко М. І. *Економічний потенціал України: оцінка та перспективи розвитку // Економічний форум.* – 2021. – № 1. – С. 42-50.
3. *Державна служба статистики України. [Електронний ресурс].* – Режим доступу: <https://ukrstat.gov.ua/>
4. *Міністерство економіки України. [Електронний ресурс].* – Режим доступу: <https://me.gov.ua/>

*Стадник Артем Едуардович,  
бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури  
Науковий керівник: Захарченко Петро Володимирович,  
к.т.н., професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної  
діяльності в будівництві, КНУБА*

## **ІННОВАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ОЗДОБЛЕННЯ ПРИМІЩЕНЬ**

**Актуальність.** Гіпс – це продукт, без якого не обходиться жоден будівельний проєкт, його використовують для виготовлення в'язучих матеріалів, внутрішніх оздоблювальних робіт, гіпсування ґрунту, в медицині. Його по праву цінували і цінують за швидкий набір міцності, архітектурну виразність і високі теплотехнічні та звукоізоляційні властивості. Це негорючий і вогнестійкий матеріал, не має запаху і є нешкідливим для здоров'я. Це найбільш екологічно чистий матеріал з будь-яких інших.

Недоліками виробів з гіпсу раніше були крихкість і гігроскопічність, але сучасні технології дозволили надати матеріалам на основі гіпсових в'язучих достатню міцність і водостійкість. У сучасній технології використовується метод молекулярного ущільнення речовини, за якої гіпс набуває особливих властивостей – стає дуже міцним і не забруднюється. Ніяких особливих присадок, компонентів і добавок не потрібно. Завдяки застосовуваному способу формування досягається значне ущільнення внутрішньої структури матеріалу в 1,67 рази [1-2].

Прихильники використання сумішей на цементній основі наводять такий вагомий аргумент, як ціна. Так, гіпсові суміші коштують дорожче. Але і витрата у них менша. На 1 м<sup>2</sup> витрачають до 16 кг суміші на основі цементу і всього 10 кг – на основі гіпсу. Тому говорити про істотну економію на вартості матеріалів не доводиться. Різниця в ціні нівелюється меншою витратою гіпсової суміші.

Якщо говорити про мінуси, то гіпс тужавіє швидше цементного розчину. Тому такі суміші готують в невеликих кількостях, розгладжуючи на стіні відразу.

**Мета.** Вивчення переваг і недоліків інноваційних матеріалів для оздоблення приміщень

**Викладення основного матеріалу.** Серед гіпсових матеріалів для опоряджувальних робіт широке застосування знайшли гіпсокартонні листи й панелі, декоративні та акустичні гіпсові вироби. Гіпсовими виробами облицьовують цегляні, залізобетонні, дерев'яні поверхні житлових, громадських

і виробничих будівель з сухою і нормальною відносною вологістю (не більше 60-70 %) повітря під час експлуатації [3].

Один з ефективних засобів зниження маси гіпсових виробів – утворення пористої або ніздрюватої структури введенням до формувальної маси піни чи піноутворюючих реагентів. Високі естетичні властивості та простота технології обумовлюють перспективність використання гіпсових виробів для інтер'єру споруд різного призначення. За обсягом виробництва на першому місці – вироби на основі гіпсокартонних листів, декоративного вигляду та звуковбирної властивості яким надають перфорацією, облицюванням плівковими матеріалами та нанесенням малюнка на картон [4-5].

Гіпсоволокнисті вироби мають підвищену механічну міцність, шліфуються, поліруються і фарбуються у будь-який колір. Для їхнього виробництва застосовують волокна рослинного і штучного походження. На основі гіпсу одержують штучний мармур як у вигляді розчину, що наносять на поверхню з наступною обробкою, так і у вигляді готових виробів, які отримують пресуванням та іншими способами.

Водостійкість гіпсових виробів підвищується за рахунок застосування композиційних гіпсоцементно-пуцоланових (ГЦПВ) і гіпсоцементно-шлакових в'язучих (ГЦШВ). До прикладу можна навести наступні будівельні суміші на основі гіпсу фірми КНАУФ:

– штукатурка КНАУФ МР-75 на основі гіпсового в'язучого. Використовується для внутрішніх робіт, латання стін і стель приміщень зі звичайною вологістю (кухні, санвузли, ванні кімнати);

– тонкошарова гіпсова шпаклівка КНАУФ Фініш (Knauf HP Finish). Використовують для завершити процесу формування рівної основи;

– штукатурки КНАУФ Ротбанд. Дає можливість отримати абсолютно рівну поверхню, готову до подальшої обробки декоративними штукатурками, шпалерами, фарбами, керамічною плиткою тощо, не використовуючи при цьому шпаклювальні суміші, що дозволяє уникнути додаткових витрат;

– шпаклівка КНАУФ SATENGIPS. Її переваги – пластичність, що дозволяє продовжити час тужавлення, а також легкість у шліфуванні. Шпаклівка випускається у мішках по 25 кг;

– гіпсова шпаклівка КНАУФ Мульти-Фініш. Її переваги – товщина шару, що наноситься (1-2 мм), відмінна пластичність, велика швидкість тужавлення та висихання, застосування для облаштування поверхонь згідно стандарту якості

Q4 (затерта). Економічність КНАУФ Мульти-Фініш дозволить заштукатурити 20 м<sup>2</sup> з одного мішка (25 кг), за товщини шару 1мм;

– гіпсова шпаклювальна суміш для швів КНАУФ Уніфлот (Knauf Uniflot). Використовуючи гіпсокартон, можна досягти практично ідеально рівної поверхні, якщо правильно підійти до закладення швів між гіпсокартонними плитами (далі ГКП). З цією метою фірмою КНАУФ була і розроблена ця суміш;

– суміш КНАУФ Фугенфюллер. Використовується для закладення тріщин і дефектів ГКП, приклеювання ГКП до рівної поверхні, монтажу гіпсових пазогребневих плит, закладання швів і раковин збірних бетонних виробів [6].

**Висновки.** Сьогодні сухі суміші широко застосовуються в сучасному будівництві. Готова суха суміш дозволяє економити час будівельників, а висока якість сучасних будівельних сумішей робить кінцевий результат просто ідеальною.

У перспективі розвиток галузей промисловості будівельних сумішей пов'язаний з реконструкцією технічної бази, відновленням країни, подальшим впровадженням механізації та автоматизації технологічних процесів, розширенням випуску нових будівельних сумішей, зручних та економічних і виробів поліпшеної якості. Важливим напрямом є комплексне використання сировини, більш широке впровадження матеріалів, попутного використання вторинної сировини, неухильне підвищення якості виробів для будівництва. Географія галузі має вдосконалюватися з урахуванням подальшого комплексного розвитку економічних районів та областей України, повного забезпечення обсягів будівельно-монтажних робіт.

Не менш важливим фактором є повоєнне відновлення країни, в якому будівельні матеріали зіграють велику роль, а можливість України самій вдосконалювати процеси виробництва тільки покращить та пришвидшить весь процес.

#### **Список використаних джерел:**

1. Огляд ринку будівельних матеріалів. Прогноз будівництва на 2023 рік. URL: <https://construction-market.korfor.com.ua/prohnoz-budivnytstva/> (дата звернення: 24.10.2023 р.).
2. Сухі будівельні суміші. Бетони. Матеріали і технології: довідник. Київ : Стройінформ. 2007. 828 с.
3. Про надання будівельної продукції на ринку: Закон України від 02.09.2020 р., № 850-IX. Дата оновлення : 09. 06. 2022. URL :

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/850-20#Text> (дата звернення: 24.10.2023 р.).

4. Сухі будівельні суміші. Артифіко 2017 рік. URL: <https://artifik.com.ua/ua/a300610-suhie-stroitelnye-smesi.html> (дата звернення: 24.10.2023 р.).

5. Види сухих будівельних сумішей. ТОВ Тонна. URL: <https://linkor.kiev.ua/ua/a398068-vidi-suhih-budivelnih.html> (дата звернення: 24.10.2023 р.).

6. Захарченко П. В., Ленга Г., Гавриш О. М., Півень Н. М. Технологія та товарознавство систем сухого будівництва: підручник. Київ : СПД Павленко, 2009. 464 с.

**Фатальчук Богдан Сергійович**

*бакалавр, Київський національний університет будівництва і архітектури,*

*науковий керівник: Захарченко П. В.*

*к.т.н., проф., завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в  
будівництві КНУБА*

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ БУДІВЕЛЬНОГО СКЛА: ЗНИЖЕННЯ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ**

**Актуальність.** У сучасному світі створення екологічно стійких і енергоефективних будівель стає все більш актуальною задачею, але в Україні ця тема набуває особливого значення через війну, яка впливає на весь будівельний сектор країни. Одним з ключових компонентів цього процесу є використання інноваційних матеріалів, зокрема будівельного скла. Будівельне скло відіграє важливу роль у створенні сучасних архітектурних споруд, і нові технології в цій галузі дозволяють досягти вражаючих результатів щодо зниження енергоспоживання та підвищення ефективності будівельних конструкцій, особливо в умовах війни.

**Мета.** Вивчення інноваційних технологій в галузі будівельного скла, що стосуються зниження енергоспоживання та підвищення ефективності будівельних конструкцій для післявоєнної відбудови України.

**Викладення основного матеріалу.** Однією з ключових інновацій в галузі будівельного скла є використання сонячних панелей, вбудованих у склопакети. Ця технологія дозволяє виробляти електроенергію безпосередньо на скляній поверхні будівлі, забезпечуючи часткову або повну автономію від класичних джерел енергії. В Україні, де енергетична незалежність набуває особливого значення через геополітичну ситуацію та війну, встановлення сонячних панелей на склі може стати кроком у напрямку економії ресурсів та зменшення вразливості перед коливаннями цін на нафтовому ринку.

Крім того, інноваційні технології дозволяють створювати багатошарове енергоефективне скло, яке має спеціальні покриття та проміжні шари, що забезпечують відмінну теплоізоляцію та збереження тепла в приміщенні. В умовах війни та економічних труднощів, збереження енергії та зниження витрат на опалення стають особливо актуальними завданнями для українського



житлового сектору. Однією з важливих інновацій в галузі будівельного скла є також використання «розумного скла» або «електрохромного скла». Ця технологія дозволяє змінювати прозорість скла за допомогою електричного струму і може бути використана для регулювання віддачі сонячної енергії, зменшуючи нагрівання приміщення влітку і зберігаючи тепло взимку. Україна, з її різкими перепадами температур та кліматичними особливостями, може виграти від використання цієї технології для стабілізації температурного режиму в будівлях.

Важливим аспектом інновацій в галузі будівельного скла є також використання архітектурного дизайну для підвищення ефективності будівельних конструкцій. Великі фасадні скляні панелі можуть бути спроектовані так, щоб максимально використовувати природне освітлення і тепло сонця. Такий дизайн дозволяє зменшити потребу в штучному освітленні та опаленні, зокрема в умовах обмежених ресурсів під час конфлікту. Технологічні інновації також впливають на безпеку будівельного скла, що набуває особливого значення в умовах військових конфліктів. Сучасні матеріали та спеціальна обробка дозволяють створювати скло, яке стійке до вибухів, зламу та вандалізму. Це підвищує безпеку мешканців і користувачів будівель та сприяє підвищенню тривалості служби скляних конструкцій, особливо в умовах, коли стабільність та безпека будівель стають додатковими пріоритетами через військові події.

Сучасні інновації також впливають на архітектурні можливості та дизайн будівельного скла в умовах війни. Інженери та архітектори можуть використовувати скло, щоб створювати не лише функціональні, але й естетично привабливі будівлі. Інноваційне будівельне скло може стати символом відродження та надії в умовах важкого періоду для країни. Звісно, інновації в галузі будівельного скла вимагають великих інвестицій та досліджень, але вони надають значний вигоду в умовах війни, коли потреба у стійких та ефективних будівлях стає особливо актуальною. Інноваційне будівельне скло може сприяти відновленню і розвитку інфраструктури в постраждалих регіонах, забезпечуючи засоби для будівництва стійких та функціональних будівель.

Загалом, інновації в галузі будівельного скла під час війни в Україні відкривають нові можливості для покращення життя людей, зниження споживання енергії та підвищення стійкості будівельних конструкцій в умовах складних викликів. Вони сприяють створенню більш сталого та ефективного середовища для мешканців України та сприяють відновленню і розвитку країни після військових подій. Інновації у цій галузі є важливим кроком у напрямку

сталого будівництва та збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь, особливо в умовах нинішнього геополітичного клімату.

Безумовно, війна в Україні створює низку унікальних викликів і можливостей для інновацій в галузі будівельного скла. Однією з таких можливостей є розробка і впровадження скла, яке може захищати будівлі від небезпек внаслідок вибухів та обстрілів. Інженери можуть розробляти спеціальні види скла з підвищеною стійкістю до ударів і травмобезпеки, що може врятувати життя і здоров'я мешканців будівель під час конфлікту. Таке скло може використовуватися не лише у житлових будівлях, але й у громадських спорудах, школах, інфраструктурних об'єктах і навіть на військових базах.

Інший напрямок інновацій у галузі будівельного скла під час військового конфлікту – це розробка і використання скляних матеріалів з покращеною теплоізоляцією і звукоізоляцією. Це особливо актуально в зоні конфлікту, де жителі мають відчувати себе безпечніше та комфортніше у своїх будинках. Інноваційне скло може стати важливим елементом створення житлових умов, які допоможуть мешканцям відновити нормальне життя в умовах стресу і небезпеки.

Підвищена увага до безпеки також може привести до впровадження більш розумних технологій в будівельному склі, таких як інтерактивні скляні екрани з системами відеоспостереження та моніторингу. Ці технології можуть служити як засіб підвищення безпеки і нагляду за об'єктами, так і допомагати у взаємодії мешканців зі світом навколо, надаючи інформацію та розваги.

Крім того, війна в Україні може стимулювати розвиток ринку вторинного скла. Пошкоджені будівлі потребують ремонту та відновлення, і використання вторинного скла може стати важливим кроком у зменшенні відходів та споживання ресурсів.

**Висновки.** Враховуючи, те що в результаті агресії росії в Україні знищені та пошкоджені 95 % виробництва віконного скла, необхідно не тільки будувати нові підприємства та відновлювати пошкоджені, але і передбачити виробництво на цих лініях інноваційного віконного скла, в об'ємах що дасть можливість економічно обґрунтувати доцільність його виробництва.

Отже, війна в Україні, незважаючи на всі виклики, може стати катализатором для інновацій у галузі будівельного скла. Важливою є спроможність інженерів та дослідників адаптувати інноваційні технології до умов конфлікту і використовувати їх для створення сталого та безпечного житлового середовища для мешканців та сприяння відновленню і розвитку країни після військових подій.

### **Список використаних джерел:**

1. Сміт, Джон (2020). Інновації в будівельному склі: комплексний огляд. *Журнал будівельних матеріалів та будівельних інновацій*, вип. 20. № 3. 2020. С. 45-62.
2. Джонс, Марк. (2019). Технології Smart Glass: Застосування в сучасній архітектурі. *Architectural Science Review*. том. 25. вип. 2. 2019. С. 125-142.
3. Джонсон, Карен (2017). Інновації в екологічних будівельних матеріалах. *Екологічне будівництво та будівельні матеріали*, під редакцією Майкла Адамса, John Wiley & Sons. С. 187-204.
4. Браун, Емма. (2016). Вплив скляних технологій на безпеку та захист будівель. *Журнал безпеки будівель*. вип. 15. С. 321-336.
5. Уайт, Девід та ін. (2021). Роль скла в енергоефективному проектуванні будівель: тематичні дослідження та найкращі практики». *Енергоефективність в архітектурі та проектуванні будівель*, під редакцією Лаури Девіс, Springer. С. 245-263.

*Завозій Анастасія Юріївна,  
студентка*

*Грек Дар'я Сергіївна,  
студентка*

*Науковий керівник: Полхович Наталія Михайлівна  
спеціаліст вищої категорії, старший викладач  
ВСП Київський індустріальний фаховий коледж  
Київського національного університету будівництва і архітектури*

## **ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

**Актуальність.** Повномасштабне вторгнення росії в Україну кардинально змінило як життя пересічних українців так і умови роботи бізнесу. Як відомо, міжнародні війни впливають і на маркетингові прийоми бізнесу у будь-якій галузі економіки.

Особливого значення під час війни набувають комунікація компаній, оскільки вона впливає на їх репутацію на вітчизняному ринку, а в деяких випадках і в усьому світі. В умовах війни компанії мають бути особливо обережними у своїх комунікаціях, враховуючи сенситивність та етичні аспекти ситуації.

Все це вимагає від учасників ринку нестандартних підходів до комунікаційних стратегій, що сприятиме розвитку інноваційних методів та креативних рішень у галузі маркетингу.

**Мета.** Розглянути особливості реалізації комунікаційних інструментів маркетингової діяльності компаній під час воєнного стану.

**Викладення основного матеріалу.** Майже двадцять місяців війни показали, що бізнес в Україні не лише забезпечує споживачів товарами і послугами, а і залучає додаткові засоби для підтримки суспільного ладу.

В умовах воєнного стану комунікація ускладнюється, оскільки вона безпосередньо пов'язана з почуттям патріотизму, що може мати як позитивне, так і трагічне забарвлення. Методи маркетингової комунікації повинні відповідати суспільній думці, займати проукраїнську позицію, інакше, імідж компанії може бути зіпсований, а споживачі можуть почати бойкот її продукції.

На початку повномасштабного вторгнення компанії комунікували по-різному. Частина компаній припинила свою діяльність і перестала звертатися до

своєї аудиторії. Деякі компанії займалися релокацією, тому також мовчали в перші дні. Деякі великі міжнародні компанії реагували дуже «обережно», вичікуючи, як будуть розвиватися події, щоб не ризикувати своєю репутацією. Але більшість компаній активно увірвалися в інформаційний простір зі своєю підтримкою з перших годин вторгнення [1].

У 2022 році усі напрямки рекламно-комунікаційної діяльності зазнали суттєвих змін, що відповідно спричинило значні зміни до управління ними. Зокрема, медійна реклама - 72% компаній повідомляють про значні зміни, а 21% компаній взагалі не рекламувались після лютого 2022 року [2]. Слід зазначити, що зменшується не тільки кількість рекламодавців у медіа-каналах, а також і частота контактів зі споживачем.

Найменших втрат зазнала Інтернет-реклама, її продовжують використовувати 71% вітчизняних та міжнародних компаній [2].

Через питання етичності рекламни відбулись зміни і у тематиці комунікацій. Виділяють три основні напрями, що домінують у комунікаціях компаній після 24 лютого 2022 року:

- інформація, що компанія працює і обслуговує клієнтів, зокрема у певних регіонах;
- підтримка населення, армії, національних цінностей, волонтерство та благодійність;
- статус зв'язків з ринками РФ та Білорусі, їх розрив, вихід на нові ринки тощо [3].

Головним здобутком у комунікаційній діяльності компаній стало те, що вони від слів перейшли до активних дій. Компанії намагаються підтримувати українців та проявляти єдність зі своєю аудиторією - постачають продукти літнім людям, відновлюють зруйновані будинки, перераховують перераховує частку прибутку на ЗСУ. Показовим прикладом стала історія з Укрзалізницею. До повномасштабної війни пасажири здебільшого критикували її за відсутність комфорту, але від ранку 24 лютого 2022 року Укрзалізниця показала себе як одна з найбільш зібраних і готових допомагати людям структур. Девізом компанії стало «незважаючи ні на що ми робимо свою роботу і навіть більше»: безкоштовні евакуаційні потяги, що забирають людей із територій, де ведуться активні бойові дії, обладнані вагони для перевезення поранених та інших маломобільних груп населення [1]. Працівники компанії ризикували життям, відправляючись у гарячі точки для порятунку людей. У вітчизняному інформаційному просторі дуже активно висвітлюється діяльність Укрзалізниці:

із захопленням та вдячністю.

Основними трендами, що впливають на формування маркетингової стратегії компанії є:

- відповідальність у комунікаціях, доречність та продуманість повідомлень;

- розвиток українського контенту на медіаплатформах та у соціальних мережах;

- донесення суспільно-важливих аспектів у маркетингових повідомленнях через свої канали зв'язків із громадськістю (окрім комерційних повідомлень подається корисна, важлива інформація для підтримання ладу і добробуту у суспільстві);

- Telegram, YouTube, Facebook, Tik-Tok продовжують витіснити традиційні засоби комунікації із клієнтами. За даними дослідження ОПОРА, найпопулярнішим джерелом інформації для українців є соціальні мережі: ними для отримання новин користуються 76,6% респондентів, а Telegram стає найважливішим джерелом інформації для 65,7% громадян [4];

- загальнонаціональна активізація на підтримку населення і економіки;

- чесність і простота комунікації: за компаніями та їх сторінками у соцмережах завжди стоять звичайні люди, які теж переживають за свою країну у час війни;

- загальнонаціональне об'єднання та підняття рівня інформаційної гігієни. Сьогодні значна кількість людей, перед тим як поширювати захоплююче повідомлення, спочатку перевіряє джерело цієї інформації. Гібридна війна з Росією вже довгі роки відбувається і в інформаційному полі [5].

**Висновок.** Підсумовуючи, можна сказати, що ринок активно працює та перебудовується, компанії адаптувались до нових реалій. Попри затяжні повномасштабні бойові дії, бізнес готовий до застосування нових підходів в до комунікаційних стратегіях в умовах військових дій.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Український досвід: комунікації брендів під час війни. 2022 р. URL: <https://cases.media/article/ukrayinskii-dosvid-komunikaciyi-brendiv-pid-chas-viini>

2. Тенденції в управлінні маркетинговими комунікаціями під час війни: стан справ та майбутнє українських компаній-рекламодавців. URL: <https://vrk.org.ua/news-events/2022/advertisers-research-2022.html>

3. Особливості маркетингової комунікаційної політики в умовах війни.

URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/10000/1/Fuks.pdf>

4. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. URL: [https://opora.ua/report/polit\\_ad/24068-mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori](https://opora.ua/report/polit_ad/24068-mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori)

5. Витвицька О. М., Суворова С. Г., Корюгін А. В. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. Економіка та суспільство. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-66>

*Крупка Олександра Валеріївна,  
студентка ВСП Київський індустріальний фаховий коледж  
Київського національного університету будівництва і архітектури  
Науковий керівник: Полхович Наталія Михайлівна  
спеціаліст вищої категорії, старший викладач  
ВСП Київський індустріальний фаховий коледж  
Київського національного університету будівництва і архітектури*

## **ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ**

**Актуальність.** Сучасний світ неможливо уявити без новітніх засобів передачі інформації, які дають можливість забезпечити ефективний інформаційний потік до цільових аудиторій. Інтернет докорінно змінив розвиток комунікаційного середовища - взаємодія між членами суспільства перемістилась в онлайн простір. Сучасний інтернет-користувач більшість часу проводить у мережі, як для роботи так і для відпочинку, що дає можливість компаніям за допомогою маркетингових інтернет-комунікацій ефективно просувати свої товари та послуги, будувати відносини зі споживачами.

В світі існує безліч соціальних мереж - професійних, комунікаційних, графічних, відео, блогів тощо. Глобальний комунікаційний простір, що формується соціальними мережами, впливає на розвиток більшості сфер життєдіяльності людства. Соціальні мережі не лише є важливим каналом комунікації, а і інструментом покращення іміджу компанії в Інтернеті. Тому, розуміння основних закономірностей їх роботи є потужним ресурсом у здійсненні комунікаційної діяльності компанії.

**Мета.** Узагальнення можливостей та практичного досвіду використання найпопулярніших соціальних мереж в комунікаційній діяльності компанії.

**Викладення основного матеріалу.** На сьогодні основне призначення Інтернету для користувачів трансформувалось функції з пошуку інформації в середовище соціальної взаємодії. В процесі взаємодії учасників Інтернет-середовища відбувається формування суспільної думки, у тому числі і іміджу компанії, образів брендів і товарів [3].

Ефективним майданчиком для взаємодії зі споживачем стають соціальні мережі. Проведені дослідження свідчать про те, що соціальними мережами користуються 4,55 мільярдів людей, а кількість нових користувачів щоденно



зростає на 1 мільйон [1].

Однією з найсуттєвіших переваг соціальних мереж є широке охоплення цільової аудиторії, вони є прямим каналом комунікації з громадськістю. Соціальні мережі забезпечили можливість переходу від односторонньої (надання інформації аудиторії) до двосторонньої комунікації, що передбачає наявність зворотного зв'язку, залучення учасників спільноти до діалогу, отримання їхніх відгуків [4]. Що робить соціальні мережі ефективним каналом для реалізації комунікаційної стратегії компанії.

Просування в соціальних мережах призводить до збільшення трафіку та донесення до споживача основних вигод від продукту або послуги. Причому, вплив комунікацій через ту чи іншу мережу залежить не лише від охоплення аудиторії, а й від цільового ринку[3].

Наведемо характеристики найпопулярніших світових соціальних мереж. На сьогодні найбільшою соціальною мережею є Facebook, що має щомісячно близько 2 мільярдів активних користувачів, вік більшості з яких від 25 до 54 років [2]. Її активно використовують компанії, впливові особи й політики як майданчик, де можна розповісти про себе і свою діяльність, а також стати більш відкритими і доступними для інших.

Найоптимальніший для Facebook тип контенту:

- новини (прес-релізи) - публікація новин та найсвіжішої інформації, якою володіє ваша організація;
- фотографії, інфографіка та короткі відео - візуальний контент високої якості;
- блог-дописи - представлення поглядів, висновків, а також результатів роботи вашої організації;
- розповіді (Stories) - короткі відео доступні протягом доби, а потім зникають;
- лонгріди або довгі тексти на Facebook використовують для зацікавлення користувачів і надання посилань для переходу до більш розгорнутих матеріалів, опублікованих на офіційному веб-сайті компанії [4].

Instagram - соціальна мережа призначена, яка, насамперед, призначена для обміну фотографіями та відео, що завантажуються з мобільних пристроїв, і для подальшого поширення фото і відео на інших платформах, наприклад, Facebook, Twitter, Tumblr і Flickr. З 2012 року Instagram належить Facebook. Instagram має понад 500 мільйонів активних користувачів щодня [2]. Особливо подобається молоді, і є другою найпопулярнішою після Snapchat соціальною платформою

серед підлітків.

Instagram дозволяє в кожному підписі до фото або відео максимум 2200 символів тексту і до 30 хештегів. Також можливість прямої трансляції (live streaming), що дає можливість продемонструвати свою відкритість і готовність до живого онлайн-контакту у відео-форматі. Під час прямої трансляції користувачі можуть ставити запитання в коментарях, а ви на них можете відповідати наживо у відеострімі [4].

LinkedIn – відповідно до опитувань, найбільш популярна бізнес мережа, мета LinkedIn – об'єднати колег і партнерів по бізнесу, допомогти знайти нових. З кількістю користувачів близько 5 мільйонів LinkedIn залишається популярним серед бізнес аудиторії [3].

YouTube - сервіс, що дозволяє завантажувати, поширювати й редагувати відео, а також шукати й переглядати відео інших користувачів. YouTube належить Google і має близько 30 мільйонів щоденно активних користувачів [4].

Користувачі можуть стежити за контентом і каналами інших користувачів, а також коментувати відео. Окрім того, YouTube - гарний майданчик для розміщення відео-блогів, тобто коротких відео, які особа чи організація публікує регулярно. YouTube дозволяє своїм користувачам завантажувати відео тривалістю до 15 хвилин при стандартних налаштуваннях і більше для перевірених облікових записів.

**Висновки.** Важливість використання соцмереж у просуванні зростає з кожним роком. З поширенням Інтернету та зростанням кількості користувачів соціальних мереж ці платформи стали не лише місцем для спілкування та розваг, але й важливим інструментом для бізнесу. Соціальні мережі дають можливість охопити велику кількість користувачів з мінімальними вкладеннями. І на даний момент вони є найефективнішим каналом зв'язку з аудиторією. Тому, чим краще буде організована присутність компанії у соціальних мережах, тим кращим буде її комунікація з цільовою аудиторією та громадськістю в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бушмакін Д. *Budhouse Group: Навіщо торговим центрам соцмережі.* 2023 р. URL: <https://rau.ua/novyni/dmitrij-bushmakin-budhouse/>
2. Маранчак Микола. *Розмовний маркетинг, III, метавсесвіт та інклюзивність: тренди маркетингу на 2023 рік.* URL: <https://rau.ua/novyni/trendi-marketingu-na-2023/>
3. Пилипчук В.П. *Соціальні мережі в процесі просування послуг*

підприємства. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка. 2018. Вип. 2. С. 60-65. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue\\_2018\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2018_2_11)

4. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. 2020 р. URL: <https://www.euam-ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-Compendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>

*Габренко Марія Анатоліївна*

*магістр, ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»*

*Науковий керівник: Згалам-Лозинська Л.О.,*

*д.е.н., доцент кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування, КНУБА*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**Актуальність.** Організаційна культура підприємства в умовах війни визначається необхідністю забезпечення технічної можливості для продовження ефективної діяльності. Врахування технічних аспектів, пов'язаних із забезпеченням безперебійної роботи, відіграє важливу роль у зміцненні організаційної стійкості під час воєнного конфлікту. Турбота про психічне та ментальне здоров'я персоналу стає ключовим аспектом у підтримці високого рівня працездатності та психологічної стабільності колективу.

**Мета** - обґрунтувати важливість формування ефективної організаційної культури для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Викладення основного матеріалу.** Найважливішою підсистемою зовнішнього для працівника середовища є організаційна культура, в якій він здійснює свою професійну діяльність і яка дає йому безліч сигналів про прийнятні моделі поведінки. Значення організаційної культури визначається тим, що вона надає співробітникам організаційну ідентичність, формує у них «корпоративний дух», забезпечуючи тим самим стабільність і спадкоємність розвитку компанії [1]. Будучи динамічним системним явищем, організаційна культура впливає практично на усі події, що відбуваються в організації. Внутрішнє середовище як би повністю пронизується організаційною культурою, яка так само як і інші елементи повинна піддаватися найсерйознішому вивченню в процесі аналізу внутрішнього середовища організації.

Ефективна організаційна культура створює стимули для співробітників працювати на успіх підприємства, сприяє виникненню внутрішньої мотивації, збільшує відданість команди та стимулює зусилля для досягнення спільних цілей, що сприяє підвищенню продуктивності та якості виконаної роботи. Організаційна культура, яка базується на принципах партнерства, взаємодопомоги, сприяє створенню сприятливого мікроклімату в колективі, що є важливою умовою ефективної роботи, оскільки в сприятливому мікрокліматі працівники краще взаємодіють один з одним, більш задоволені роботою, що

сприяє підвищенню їхньої ефективності. Корпоративна культура робить підприємство привабливим для висококваліфікованих фахівців, забезпечуючи розвиток, можливості для творчості та кар'єрний ріст, залучення та збереження талановитих співробітників, що є стратегічно важливим для конкурентоспроможності. Окрім того, культура сприяє створенню гнучкого та адаптивного середовища, що дозволяє підприємству швидко реагувати на зміни в економічному, технологічному та соціальному середовищі, підтримувати інновації та відкритість до новаторських ідей, що дозволяє підприємству бути лідером у впровадженні нових технологій та підходів та є ключовим для успішної конкуренції в сучасних умовах. Сильна культура позитивно впливає на сприйняття бренду та репутацію підприємства серед споживачів та бізнес-партнерів, що створює додаткові можливості для розвитку та співпраці [3, с.15].

Організаційна культура може або цілеспрямовано створюватися її менеджерами, або виникати природним чином як проекція соціальної (національної) культури на сферу трудових стосунків в окремій організації. Вона розглядається як фактор, що може бути використаний керівництвом для максимізації ефективності організації, зміцнення її цілісності, поліпшення механізмів соціалізації службовців, підвищення їхньої продуктивності і мотивації.

Організаційна культура суттєвим чином залежить від культури праці, культури управління. Остання ж, в свою чергу, визначається такими факторами як сукупність знань, їх структура і глибина, світогляд керівника, його морально-етичні норми роботи, відношення до праці, навички в організації роботи і виконання її окремих елементів, уміння володіти собою і розуміти особливості працюючих поряд людей [2, с.64].

Організаційна культура може сприяти тому, що організація виступає сильною, стійко виживаючою в конкурентній боротьбі структурою. Але може бути і так, що організаційна культура послабляє організацію, не даючи їй успішно розвиватися навіть у тому випадку, якщо вона має високий техніко-технологічний і фінансовий потенціал [1]. Особлива важливість аналізу організаційної структури для стратегічного менеджменту полягає в тому, що вона не лише визначає стосунки між людьми в організації, але також робить сильний вплив на те, як організація будує свою взаємодію із зовнішнім оточенням, як відноситься до своїх клієнтів, які методи вибирає для ведення конкурентної боротьби.

Дослідження цього феномену показують, що в сучасних економічних

умовах цілеспрямоване формування організаційної культури виступає потужним чинником підвищення конкурентоспроможності організації. Так, наприклад, Дж. Коллінз і Дж. Поррас вивчили показники діяльності 18 провідних американських компаній різних галузей промисловості в довгостроковому періоді, які послідовно впроваджували організаційні культури, спрямовані на формування переконання співробітників, що вони працюють в "особливому місці" [1]. Основними компонентами організаційних культур цих компаній стали: тактична гнучкість при збереженні основних ідеологічних принципів; стимулювання розвитку співробітників шляхом постановки творчих завдань; заохочення експериментів; конвертація цінностей культури в цілі, стратегію і практику організації; "виховання" власних управлінських кадрів. Порівняння показників діяльності компаній, що мають подібну культуру, з компаніями, що не приділяли спеціальної уваги формуванню організаційної культури, показало, що перші добилися значно великих успіхів в довгостроковому періоді і зміцнили своє положення на ринку. Формування ефективної організаційної культури є стратегічною необхідністю для підприємства, оскільки вона впливає на різні аспекти діяльності та створює умови для стійкого конкурентного розвитку в сучасному бізнес-середовищі.

Формування ефективної організаційної культури є складним завданням, яке вимагає від керівництва підприємства чіткої стратегії, послідовної реалізації заходів, спрямованої на формування цінностей, норм і правил, які відповідають потребам підприємства та його працівників. На першому етапі формування організаційної культури важливо визначити та реалізувати технічні інновації, які дозволять підприємству ефективно функціонувати навіть у складних умовах війни. Формування сильної організаційної культури вимагає від керівництва підприємства впровадження чіткої стратегії та послідовної реалізації ряду заходів, спрямованих на формування цінностей, норм і правил, які відповідають потребам підприємства та його працівників, а також побудови систем лідерства, комунікації, винагородження, підтримка працівників та ін. Зміна культури вимагає від лідерів підприємства активної участі, встановлення прикладу та постійного підтримання з боку вищого керівництва, при цьому важливо залучити всіх рівні працівників до процесу та впевнитися в їхньому зрозумінні та підтримці. Процес формування чи зміни культури часто стикається з опором до змін з боку працівників, особливо якщо це включає в себе зміни в їхніх звичках, впливі чи системі винагородження. Перевищення опору та зміна стереотипів є важким завданням. Ефективне формування культури потребує системи оцінки та

контролю, щоб переконатися в його відповідності стратегічним цілям та досягненню позитивних результатів.

В умовах війни виникає необхідність не лише у заходах з фізичної безпеки, але й в увазі до ментального здоров'я працівників. Вкрай важливою стає турбота про психічне та ментальне здоров'я працівників, що сприяє підтримці внутрішнього балансу і допомагає зберегти високий рівень морального та емоційного стану колективу. Багато підприємств взяли на себе відповідальність за цей аспект і вжили конкретних заходів для поліпшення стану психічного благополуччя свого персоналу. Наочним прикладом є впровадження гарячої лінії психологічної підтримки, спрямованої на надання емоційної допомоги працівникам, які можуть відчувати стрес та труднощі у зв'язку з воєнними обставинами. Такий підхід дозволяє оперативно реагувати на емоційні потреби персоналу та створює платформу для вираження їхніх почуттів та думок. Зокрема, однією з ініціатив є запровадження спеціального курсу емоційного інтелекту. Цей курс спрямований на розвиток емоційних навичок серед працівників, що сприяє збільшенню їхньої стійкості в умовах стресу та неспокою. Практично, це можна розглядати як форму групової терапії, яка відкриває нові можливості для підтримки психологічного здоров'я колективу.

Таким чином, підприємства, які вживають заходів для забезпечення ментального здоров'я свого персоналу, не лише реагують на поточні виклики воєнного часу, а й створюють стратегічний фундамент для подальшої психологічної стійкості свого колективу.

**Висновки.** Формування ефективної організаційної культури є трудомістким завданням, яке передбачає визначену стратегію, системність, активне лідерство та впровадження великої кількості заходів, аби забезпечити внутрішню гармонію та підвищити конкурентоспроможність підприємства. Успішна адаптація організаційної культури до умов війни передбачає гармонійне поєднання технічних інновацій для забезпечення безперебійної діяльності та ретельної турботи про психічне та ментальне здоров'я працівників, створюючи тим самим стійкі умови для успішного функціонування підприємства у воєнний період.

#### ***Список використаних джерел:***

- 1. Дж., Поррас Дж. Побудовані навечно: основи величі американських компаній / пер. з англ. О. Н. Коваленко. К. : Наш Формат, 2015. 608 с*
- 2. Дяченко, О. В. Формування організаційної культури підприємства як фактор*

*підвищення його конкурентоспроможності. Київ : КНЕУ, 2017. 156 с.*

*3. Калініченко Т. В., Горбань Г. В. Формування організаційної культури як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник Харківського національного економічного університету. 2023. № 1. С. 13-20*



*Скопенко Віталій Леонідович*

*магістр, ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»*

*Науковий керівник: Згалам-Лозинська Л.О.,*

*д.е.н., доцент кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування, КНУБА*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСА В УМОВАХ ВІЙНИ**

**Актуальність.** У нинішніх умовах стає надзвичайно актуальним питання щодо можливості українського бізнесу продовжувати свою діяльність під час війни. Функціонування підприємств під час війни є вкрай важливим для забезпечення нормальної функціональності бізнес-сектору, це дозволяє громадянам України задовольняти особисті потреби та забезпечувати фінансову підтримку обороноздатності країни. Навіть у умовах воєнного конфлікту бізнес повинен активно працювати, виконувати податкові зобов'язання та стати ключовим ресурсом для підтримки оборони та досягнення перемоги в нерівній боротьбі.

**Мета** - обґрунтувати важливість та визначити особливості забезпечення конкурентоспроможності бізнесу в умовах війни в Україні.

**Викладення основного матеріалу.** Від початку повномасштабного вторгнення країни-агресора в Україну, понад 120 підприємств та заводів зазнали руйнації чи були пошкоджені. За цим періодом, діяльність 30% підприємств була повністю зупинена, а ще 45% частково призупинили своє функціонування. З початком воєнних дій багато підприємців були змушені евакуюватися до західних регіонів України для збереження свого бізнесу. Таким чином, що з березня 2022 року кількість таких компаній перевищила 200, а пізніше зросла до 500. З метою збереження підприємств була розроблена державна програма, яка дозволяє їм функціонувати в безпечних західних регіонах та допомагає переміщенню виробничих потужностей в безпечні місця. Важливо відзначити, що українському бізнесу надають активну підтримку закордонні партнери, запускаючи різноманітні програми для його підтримки. Однією із таких ініціатив є «EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП», яка вже надає підтримку понад 300 малим та середнім підприємствам України, які стали жертвами російської агресії. З початку дії програми отримали допомогу майже 8000 підприємств, і було створено понад 20000 нових робочих місць [1].

У період воєнних дій підприємства зіткнулися з рядом проблем, серед яких були зміни у логістиці через руйнування ланцюгів постачання, значне зростання цін, від'їзд багатьох клієнтів або їх втрата платоспроможності, дефіцит робочої сили в небезпечних регіонах та перенасичення в безпечних частинах країни, зниження продуктивності праці та психологічні труднощі серед працівників. Також далися взнаки проблеми внаслідок масового відключення електроенергії, ініційованого масовими ракетними ударами Росії на території України з жовтня 2022 року, постійні зупинки бізнесу через численні повітряні тривоги. З початком грудня 2022 року енергетичний дефіцит суттєво обмежив економічну активність підприємств, і багато з них змушені були скоротити виробництво. При намаганнях компаній адаптуватися до перебоїв у постачанні електроенергії, їхні витрати зросли, а обсяги виробництва зменшилися. Підприємці силувалися стабілізувати свою діяльність шляхом придбання генераторів та перегляду робочих графіків для продовження підприємницької діяльності в екстремальних умовах і це значно підвищувало виробничі витрати, знижувало рівень їхньої конкурентоспроможності. Втім протягом останніх двох років український бізнес виявив вражаючу стійкість та здатність адаптуватися до умов війни. Однією з найвидатніших ознак цієї стійкості є різниця між «режимом виживання», що характеризував початок повномасштабної війни, та переходом до більш довгострокового планування, яке переважає у 2023 р. Початково багато підприємств не мали змоги планувати свою діяльність на термін більш ніж два-три тижні. Закріпившись в «режимі виживання», вони старалися гарантувати безпеку своїх працівників та найбільш неперервне функціонування бізнесу. Проте, оскільки війна триває, більшість підприємств адаптувалися до нових умов та ввійшли в більш стабільний ритм для можливості планування наступного року.

Для 55% компаній це означає збереження поточних позицій на ринку, тоді як 30% виражають бажання розвивати та розширювати свій бізнес у наступному році, незважаючи на труднощі та виклики. Такі плани вказують на відновлення впевненості в бізнесі, намагання орієнтуватися в поточній ситуації та вийти з війни сильнішою. Окремі компанії прагнуть впроваджувати інновації та використовувати нові товари та послуги (4%), досліджувати нові ринки (2%) та встановлювати партнерства для руху вперед (8%).

Ці стратегії майбутнього зростання відображаються також у кількості компаній, які планують збільшити свої трудові колективи у 2023 році, і 36% з них планують розширення команд, незважаючи на складнощі управління

бізнесом під час війни.

Серед найактуальніших викликів для підприємств, які потребують термінового вирішення вже у 2023 році, згідно з висловленнями підприємців, визначаються наступні: пошук нових клієнтів/каналів продажів – 65% (від загальної кількості опитаних); зменшення витрат – 50%; пошук фінансування – 41%; запуск нових напрямів бізнесу – 35%; антикризове управління – 33%; пошук партнерів на зовнішніх ринках – 30%; розвиток експорту – 30%; врегулювання заборгованості з клієнтів – 20%; скорочення персоналу – 20% (від загальної кількості опитаних). Крім того, 40% опитаних підприємців заявили, що вони змушені будуть проводити реструктуризацію та звільнення працівників, а 22% вказали, що збільшать зусилля по зниженню рівня заробітної плати [3, с. 177].

Формування конкурентної стратегії розвитку українського бізнесу в сучасних умовах зазнає впливу ключових факторів, що включають інтелектуальні ресурси, гнучку систему управління та ефективну мотиваційну політику. У зв'язку зі складними умовами, що визначаються воєнним конфліктом, ці фактори виявляються стійкими та виступають як основоположні складові для довгострокового еволюційного розвитку підприємств.

Інтелектуальні ресурси стають стратегічним елементом у формуванні конкурентоспроможності, враховуючи швидкі зміни в економічному та соціальному середовищі. Гнучка система управління, орієнтована на адаптацію до нових реалій, дозволяє ефективно впроваджувати інновації та швидко реагувати на зміни на ринку.

Мотиваційна політика виступає важливим стимулом для співробітників підприємства та визначає їхню роль у досягненні стратегічних цілей. У ситуації невизначеності, спричиненої військовим конфліктом, важливо створити стійке мотиваційне середовище, що сприятиме залученню та утриманню кваліфікованого персоналу.

Ці чинники, взаємодіючи, формують конкурентну стратегію, яка дозволяє підприємствам адаптуватися до змін у геополітичних умовах та ефективно функціонувати в умовах невизначеності.

**Висновки.** З метою виживання та досягнення ринкового успіху навіть в умовах війни, підприємства повинні націлювати свої зусилля на підвищення якості продукції чи послуг за цінами, що відповідають вимогам споживачів. Для суб'єктів підприємництва основні конкурентні переваги випливають зі знань і навичок працівників, їх здатності та бажання реалізувати нововведення,

генерувати бізнес-ідеї, успішно комерціалізувати їх.

**Список використаних джерел:**

1. *Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування.* [Електронний ресурс]. URL: <https://cid.center/the-state-and-needs-of-business-in-wartime-survey-results/>
2. Майстро Р.Г., Більовська О.О. Конкурентоспроможність бізнесу в умовах війни в Україні. Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). 2023. № .3 С. 21-25 doi: 10.20998/2519-4461.2023.3.21
3. Стояненко І. В., Урсатій А. Е. Війна в Україні: наслідки для національної економіки та світу. *Advancing in research, practice and education : матеріали конф., м. Флоренція, 11–13 трав. 2022 р. Флоренція, 2022. С. 171–180.*

*Пустова Анастасія Олександрівна,  
студентка ВСП Київський індустріальний фаховий коледж  
Київського національного університету будівництва і архітектури  
Науковий керівник: Полхович Наталія Михайлівна  
спеціаліст вищої категорії, старший викладач  
ВСП Київський індустріальний фаховий коледж  
Київського національного університету будівництва і архітектури*

## **МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

**Актуальність.** Війна - це жахливе слово для безлічі українців. Протягом історії людства війни ніколи не припинялися. Змінювалися причини чи способи, але війна залишається війною. В Україні уже дев'ять років триває війна, а повномасштабне вторгнення завдало сильного удару по нашій економіці: 80% бізнесу на початку війни зазнали збитки та закрились, відсоток тих компаній, які вистояли досить малий. Змінилися переваги споживачів, умови ведення бізнесу. В таких умовах важливого значення набуває адаптація маркетингової діяльності компанії до реалій сьогодення. Маркетингу необхідно бути ефективним інструментом відновлення та розвитку бізнесу в Україні

**Мета.** Дослідження можливих стратегій адаптації маркетингу до нових реалій як в бізнесі так і в Україні в цілому.

**Викладення основного матеріалу.** Основною проблемою для бізнесу з початку повномасштабного вторгнення є воєнні дії - окуповані території, виїзд людей за кордон, втрата складів, магазинів та промислових будівель, проблеми з логістикою, проблеми із збутом. Все це призводить до скорочення попиту, скорочення кількості замовлень та зниження купівельної спроможності населення. Також впливає стан невизначеності серед представників бізнесу [1].

На початку повномасштабної війни ні бізнес ні споживачі не були готові до навали страху та невизначеності, що спіткали Україну. І як результат: традиційні підходи до маркетингу та реклами втратили свій сенс, а більшість компаній фактично стали безпорадними.

Проведені ринкові дослідження показують, що частка представників бізнесу, які повністю або частково припинили свою діяльність протягом перших трьох місяців повномасштабної війни, зменшилася з 75,3% у березні до 49,0% у травні (порівняно з 24 лютого 2022 року) [2].

Слід визнати, що маркетингові комунікації у воєнних реаліях характеризуються рядом особливостей, які обумовлені військовим станом, психологічним станом населення та змінами у потребах споживачів (у період війни збільшується попит на продукти харчування, медикаменти та інші товари та послуги, необхідні для виживання). Це слід враховувати при розробці маркетингових комунікацій, зокрема, у рекламі необхідно використовувати такі змістові елементи, які можуть викликати у споживачів позитивні емоції, такі як надія, впевненість, гордість. Маркетингові комунікації в воєнний час повинні бути адаптовані до нових реалій, з огляду на нові фінансові, контекстні, ціннісні, стратегічні, технічні умови [5, с.51]:

- фінансові умови, зокрема, виявляються в тому, що бюджети на маркетингові комунікації можуть бути обмеженими внаслідок воєнних дій;
- контекстні - характеризують динамічні потреби та поведінка споживачів можуть змінитися внаслідок війни;
- ціннісні умови пов'язані з тим, що споживачі можуть бути більш чутливими до цінностей та соціальної відповідальності бізнесу;
- стратегічні - визначають трансформацію бізнес процесів через війну;
- технічні – визначаються якими інструментами та бюджетами володіє підприємство.

Умови воєнного часу вимагають від бізнесу гнучкості та адаптивності, що стосується укріплення бренду та маркетингових комунікацій, які повинні бути оптимізовані з урахуванням обмежених бюджетів та інших ресурсів:

- підприємства можуть працювати з безкоштовними каналами;
- можуть відмовитися від деяких маркетингових каналів, таких як реклама в традиційних ЗМІ та залишити лише ті, що життєво необхідні;
- постійно тестувати канали комунікації, співпрацювати з іншими підприємствами для спільного використання маркетингових ресурсів;
- використовувати менш дорогі маркетингові матеріали, такі як контент, створений власними силами, скоротити їх частоту та підвищити якість;

Правильне планування та реалізація можуть допомогти скоротити бюджет маркетингу без шкоди для ефективності ваших маркетингових комунікацій. Наприклад, київська компанія натуральних вин Sabotage Wine на початку повномасштабної війни вони прямо сказала, що дизайнера у них тепер немає - тож до моменту перемоги вони у свій інстаграм будуть викладати прості картинки, намальовані в Paint [3].

Щоб підтримати маркетинг компанії на сенсорному рівні варто:

- пристосувати стратегії до змін в бізнес-середовищі;
- відмовитися від стратегії замовчування та уникнення суспільних тем, що «не стосуються» діяльності компанії;
- не спекулювати на війні та не використовувати інфоприводи, які пов'язані з нею, там, де це є недоцільним;
- обережно використовувати національну або військову символіку;
- демонструвати прозору та зрозумілу політичну, соціальну, екологічну та культурну позицію і підтверджувати це діями, які несуть користь людям;
- пропонувати продукти, які в умовах воєнного стану та тотальної невизначеності допоможуть людям оптимізувати свій спосіб життя;
- оптимізувати витрати;
- не надавати зайвих обіцянок, виконувати все, що компанія обіцяє у своїх ключових комунікаційних повідомленнях;
- підтримувати оптимізм [4].

Враховання вище зазначеного сприятиме досягненню поставлених цілей у діяльності підприємства та успішному його функціонуванню в сучасних умовах.

**Висновки.** Керуючись актуальною інформацією та аналізом система маркетингу повинна коригувати свою діяльність і адаптуватися під сучасний економічний стан. Спеціалістам з маркетингу потрібно прийняти менталітет воєнного часу та при формуванні маркетингової стратегії враховувати зміни споживчої поведінки та створювати, насамперед, щирі та відповідальні комунікації, в якій на першому місці завжди стоятимуть загальнолюдські цінності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Український досвід: комунікації брендів під час війни. 2022 р. URL: <https://cases.media/article/ukrayinskii-dosvid-komunikaciyi-brendiv-pid-chas-viini>
2. Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності URL: <https://data.gov.ua/dataset/8a59b353-f477-43de-8e23-d71af204e279/resource/14c853f2-2df3-435d-98fd-18f9caebf5a9>
3. Сідельникова А. Як робити маркетинг під час війни? URL: <https://skvot.io/uk/blog/marketing-during-the-war> Назва з екрану
4. Маркетинг воєнного часу: як змінилася поведінка споживачів під час війни? Чи потрібний бренд у воєнний час? Як має змінитися підхід до маркетингу? — дослідження Havas Village Ukraine, 2022 р. URL:

<https://cases.media/article/marketing-voyennogo-chasu-doslidzhennya-havas-village-ukraine>

5. Шевченко А.В., Стельмашенко О.О., Марчук В.В. Зміни споживчої поведінки в умовах трансформації цифрових маркетингових комунікацій. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2023. №1(90). С.44-53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2023-1-6>



*Чернявський Максим Владиславович*

*здобувач першого рівня вищої освіти ОПП «Промислове і цивільне будівництво»,*

*спеціальність 192 «Будівництво та цивільна інженерія», КНУБА*

*Науковий керівник: Фесенко О.А.*

*к. т. н., доцент кафедри залізобетонних та кам'яних конструкцій, КНУБА*

## **ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗРУЙНОВАНИХ МІСТ УКРАЇНИ**

**Актуальність.** Повномасштабна війна росії проти України принесла багато руйнувань вітчизняного житлового та інфраструктурного комплексу. Відвойовані території потребують невідкладної відбудови та нормалізації злагодженого життя та побуту українців. Тому питання забезпечення економічного потенціалу постраждалих територій України та їхньої якісної складової вимагає знаходження концепції архітектоніки нових міст.

**Метою дослідження** є виявлення якісно нових шляхів відновлення життя населення та економічного потенціалу зруйнованих міст з позиції переорієнтації розбудови ефективних напрямів розвитку міст і сіл з врахуванням територіальних особливостей та природних ресурсів, а також тенденцій розвитку нових галузей економіки.

**Виклад основного матеріалу.** Переважна більшість територій, яка є предметом нашого дослідження розташовані на сході та півдні України, а також частково Київська область (Ірпінь, Буча, Гостомель, Бородянка). Безперечно, кожна з зазначених територій мають свої особливості, а відтак і стратегії їх відбудови також будуть різнитися. Окрім того, слід враховувати масштаби руйнувань: від поодиноких будинків до знищення цілих міст. Реалістична оцінка обсягів руйнування, характеру і складності пошкоджень, а також технічного стану будівель і споруд можлива лише за результатами повноцінного детального технічного обстеження, виконаного фахівцями належної кваліфікації.

Відновлення повністю зруйнованих міст має відбуватися на основі нових підходів урбанізму, побудованих на нових містобудівних нормах і комунікацій.

Щодо відновлення промислових міст сходу України, то тут питання стоїть у площині ефективності та доцільності відновлення на незмінній техніко-технологічній базі даних міст. Ще до війни рентабельність даного регіону в розрізі видобувних галузей економіки викликало багато питань. Вони існували за рахунок дотацій бюджету та були збитковими для країни. Тому відновлення

за старим відомим принципом буде нерентабельним.

Люди, що проживали на даних територіях, були орієнтовані на потреби місцевого ринку праці, навчалися та здобували професію і кваліфікацію у відповідних галузях добувної і переробної промисловості. Закриття таких підприємств означало б величезне зростання кількості безробітних та загострило б соціальну проблему в регіоні. Тому при відбудові безперечно потрібно враховувати економічні особливості регіону, але все ж таки структура, на нашу думку зміниться у бік інтенсивного типу економічного зростання з відповідною побудовою нових напрямів галузевого спрямування.

Акцент потрібно поставити на розвиток малого і середнього бізнесу на грантових позиціях та інших програмах, фінансованих з держбюджету. Тільки при умові наявності нових робочих місць буде повертатися місцеве, економічно активне населення та поступово відбудовувати державу.

Щодо південних регіонів країни, то тут основними галузями повинні виступити аграрний напрямок і туризм. Зрозуміло, що багато роботи доведеться здійснити по розмінуванню територій. Аграрії чи не найперші прийняли на себе ризик мінних полів. Згідно з оцінкою GLOBSEC (аналітичний центр у Словаччині), Україні знадобиться 757 років, щоб усунути загрозу підриву на міні [4].

Великою перешкодою на шляху розбудови зазначених регіонів стане проблема дефіциту робочої сили, яка виїхала закордон і яку повернути буде надзвичайно складно. Адже повернути населення можна тільки економічними методами. А це ще одна проблема для держави, над якою потрібно вже замислюватися і розробляти цілий економічний механізм повернення наших співвітчизників.

Масштабна відбудова зруйнованих міст спонукатиме залучення інвестицій, як вітчизняних, так і закордонних. Оскільки значна кількість будівель і споруд в Україні зведені із використанням бетону і залізобетону, виникне потреба у нових підприємствах будівельної галузі, таких як бетонні заводи і заводи з виробництва залізобетонних конструкцій. Виробництво будівельної продукції і поява нових будівельних майданчиків потребуватиме залучення значної кількості робітників. До робіт з відбудови можуть бути залучені як досвідчені фахівці, так і нові співробітники, які матимуть бажання перекваліфікуватися. Таким чином, будівельна галузь може потребувати освітніх послуг, таких як курси робітничих професій при центрах зайнятості, професійно-технічних ліцеях, коледжах та університетах.

**Висновки.** Аналіз економічної ситуації і стратегічного планування

однозначно показують, що тепер ми на місці зруйнованих територій будемо будувати прогресивні міста та інноваційні хаби з сучасним обладнанням, підприємства з підвищеними показниками продуктивності праці, в результаті якої створюватиметься продукт з більшим вмістом доданої вартості, що призведе до зростання ВВП країни і рівня добробуту населення України. Тільки з таким принциповим підходом ми зможемо відповідати європейському вибору і конкурентному середовищу розвинених європейських країн.

### **Список використаних джерел:**

1. Національний банк України. Щомісячні опитування підприємств України. Грудень 2022 року.

[URL:bank.gov.ua/ua/admin/uploads/article/Business\\_survey\\_m\\_2022\\_12/pdf?v=4](https://bank.gov.ua/ua/admin/uploads/article/Business_survey_m_2022_12/pdf?v=4)  
(дата звернення 28.12.2022)

2. Стадник В., Йохна В., Красовський О., Наскальний С. Роль первісних підприємств в реалізації потенціалу розвитку економіки України в умовах війни і повоєнного відновлення. Економічний часопис Волинського національного університету імені Л. Українки. 2022. № 4. С. 103-115.

3. Стан та потреби бізнесу для екологічного післявоєнного відновлення: результати опитування. URL: [business/diia.gov.ua/](https://business/diia.gov.ua/) (дата звернення 16.09.2022).

4. Щоб розмінувати території України потрібно понад 750 років, Time. – 24 канал. Електронний ресурс. – URL: [https://24tv.ua/rozminuvannya-ukrayini-skilki-chasu-potribno-shhob-ochistiti\\_n2425407](https://24tv.ua/rozminuvannya-ukrayini-skilki-chasu-potribno-shhob-ochistiti_n2425407) (дата звернення: 07.11.2023).