

2. UNESCO. Global Media and Information Literacy (MIL) Assessment Framework: Country Readiness and Competencies. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>.

3. UNESCO. Media and Information Literacy Curriculum – E-version. URL: <https://www.unesco.org/mil4teachers/en/curriculum>
<https://www.unesco.org/mil4teachers/en/curriculum>.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-606-8-3>

СИНЕРГІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТА АНАЛІТИКИ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ЦЕМЕНТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Бенчук Сергій Олександрович

<https://orcid.org/0009-0008-8152-6843>

здобувач третього (освітньо-наукового)

рівня вищої освіти спеціальності

Рівненський державний гуманітарний університет

м. Рівне, Україна

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується значними трансформаційними процесами, зумовленими як внутрішніми структурними змінами, так і зовнішніми викликами, зокрема повномасштабною війною, порушенням логістичних ланцюгів, енергетичною нестабільністю та необхідністю масштабної післявоєнної відбудови. У цих умовах особливої актуальності набуває забезпечення ефективного функціонування стратегічно важливих галузей, до яких належить цементна промисловість.

Цементна галузь є базовою складовою будівельного комплексу та відіграє ключову роль у процесах відновлення інфраструктури. За даними Асоціації виробників цементу України «Укрцемент», у 2025 році підприємствами галузі було вироблено 8,53 млн тонн цементу, що на 7,6% більше порівняно з попереднім роком, проте на 22,5% менше рівня довоєнного 2021 року [1]. Це свідчить про поступове відновлення ринку, однак із збереженням значного розриву від потенційних можливостей.

У 2026 році спостерігається певне погіршення динаміки: за січень–березень виробництво цементу становило 1,20 млн тонн, що на 24,6% менше порівняно з аналогічним періодом попереднього року [2]. Водночас виробництво клінкеру скоротилося на 23,1% і становило

660,44 тис. тонн, що свідчить про зниження виробничої активності в галузі [2].

Ринок цементу України характеризується високим рівнем концентрації та олігополістичною структурою. За даними галузевих досліджень, в Україні функціонує обмежена кількість виробників, об'єднаних у декілька груп компаній, що формують основну частку пропозиції [1]. Високі бар'єри входу обумовлені значною капіталомісткістю виробництва, необхідністю доступу до сировинної бази та високими енергетичними витратами.

Попит на цемент має переважно B2B-характер і формується будівельними компаніями та державними інфраструктурними проектами. Важливою характеристикою ринку є експортна орієнтація: у 2025 році частка експорту у виробництві цементу становила 24,29%, тоді як у першому кварталі 2026 року – 16,23% [1; 2]. Причиною цього може бути зниження зовнішнього попиту та переорієнтацію на внутрішній ринок через сувору зиму 2025-2026 року. Також імпортери очікують остаточного введення податку СВAM (податок на викиди CO₂), що може становити 30–60 євро на тонну імпортованої продукції.

Імпорт цементу в Україну залишається незначним, проте демонструє коливання. Так, у 2025 році імпорт становив 29,16 тис. тонн, що на 27% менше порівняно з 2024 роком, тоді як у першому кварталі 2026 року він склав 3,77 тис. тонн, збільшившись на 11,2% у річному вимірі [1; 2]. Це може свідчити про певне позавлення конкуренції з боку зовнішніх постачальників.

Конкурентне середовище галузі визначається сукупністю факторів, серед яких ключовими є ціна, якість продукції, ефективність логістики та рівень сервісу, що відповідає класичним підходам до формування конкурентних переваг підприємства [3].

Суттєвий вплив на функціонування ринку мають сучасні виклики. Воєнні ризики спричиняють територіальну нерівномірність попиту, енергетична складова підвищує собівартість продукції, а логістичні обмеження ускладнюють постачання. Крім того, актуалізується проблема екологічної модернізації виробництва у зв'язку з необхідністю зниження викидів CO₂ та адаптації до європейських стандартів.

У таких умовах ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємств цементної галузі стає ефективне використання синергії маркетингових інструментів та аналітики. Маркетингова аналітика дозволяє здійснювати прогнозування попиту, аналіз поведінки споживачів та оцінку ефективності бізнес-рішень. Використання сучасних інструментів, таких як CRM-системи та BI-аналітика, забезпечує підвищення точності управлінських рішень.

Маркетингова аналітика дозволяє здійснювати прогнозування попиту, аналіз поведінки споживачів та оцінку ефективності бізнес-рішень, що узгоджується з сучасними концепціями маркетингового менеджменту [4].

Маркетингові інструменти сприяють формуванню довгострокових відносин із клієнтами, підвищенню рівня їхньої лояльності та зміцненню ринкових позицій підприємств. У B2B-сегменті важливого значення набувають індивідуалізовані підходи, гнучкість умов співпраці та сервісна складова.

Синергія аналітики та маркетингу забезпечує інтеграцію даних у процес прийняття управлінських рішень, що є ключовим елементом сучасного маркетингового підходу до управління підприємством [4]. Вона проявляється у здатності підприємств інтегрувати результати аналітичних досліджень у практику прийняття рішень, що дозволяє формувати стійкі конкурентні переваги. Такий підхід забезпечує підвищення адаптивності підприємств до змін зовнішнього середовища та створює передумови для їхнього довгострокового розвитку.

Таким чином, розвиток ринку цементу України в умовах сучасних викликів залежить від ефективного поєднання наукових підходів до аналізу ринку та практичних маркетингових інструментів. Це забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємств та сприяє відновленню і сталому розвитку галузі.

Література

1. Асоціація виробників цементу України «Укрцемент». CM Navigator: Виробництво цементу за 2025 рік.
2. Асоціація виробників цементу України «Укрцемент». CM Navigator: Огляд ринку цементу за січень–березень 2026 року.
3. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985.
4. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 15th ed. Pearson Education, 2016.