

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

Ефективна економіка. 2025. № 4.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.4.88>

УДК 339.9

О. Г. Михайленко,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4405-9093>

Н. О. Краснікова,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6484-2050>

А. С. Кокора,

студентка факультету економіки,

спеціальність «Міжнародні економічні відносини»,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-0222-8432>

**ПЕРСПЕКТИВИ ЗЕД УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ
МЕТАЛОКОНСТРУКЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ТА
ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН**

O. Mykhailenko,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
International Economics and Global Finance,
Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro*

N. Krasnikova,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
International Economics and Global Finance,
Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro*

A. Kokora,

*Student of the Department of Economy, specialty International Economic Relations,
Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro*

PROSPECTS FOR UKRAINE'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES IN THE WORLD MARKET OF METAL STRUCTURES IN THE CONDITIONS OF GLOBAL COMPETITION AND TRANSFORMATIONAL CHANGES

У статті досліджено зовнішньоекономічну діяльність України на світовому ринку металоконструкцій в умовах зростаючої глобальної конкуренції та трансформаційних змін. Проведено аналіз основних трендів розвитку цього сектору, включаючи зростаючу роль цифровізації, автоматизації виробничих процесів та екологічних стандартів. Досліджено структурну динаміку ринку металоконструкцій з акцентом на перехід до стійких та енергоощадних рішень, активне впровадження цифрових B2B каналів збуту та вплив економічної й геополітичної нестабільності на світові торговельні потоки.

Окрему увагу приділено зміні поведінки B2B-клієнтів, які все частіше обирають онлайн-канали для здійснення закупівель, що потребують безперебійного омніканального обслуговування та надають перевагу постачальникам із

розвиненою системою електронної комерції. Виявлено ключові виклики для українських виробників металоконструкцій, серед яких: логістичні перешкоди, відповідність міжнародним сертифікаційним вимогам, висока конкуренція на основних експортних ринках та необхідність інтегруватися в глобальні ланцюги постачання.

Аналіз базується на статистичних даних про світову торгівлю металоконструкціями, зокрема за кодом ГС 8302, що охоплює кріплення, фурнітуру та інші металеві елементи конструкцій, які використовуються в будівництві, машинобудуванні та промисловості. Відзначено домінуючу позицію Китаю, Німеччини та США як ключових експортерів, тоді як частка України залишається незначною, але демонструє потенціал для зростання. Досліджено вплив коливань цін на сировину, регуляторних правил у країнах-імпортерах та технологічних інновацій, які змінюють підходи до виробництва та міжнародної торгівлі.

В статті представлено стратегічні рекомендації для українських експортерів металоконструкцій, які передбачають необхідність розширення омніканальних B2B-стратегій, інвестиції у розвиток цифрових платформ продажів, використання міжнародних маркетплейсів електронної комерції та відповідність сучасним екологічним та якісним стандартам. Визначено, що інтеграція у спеціалізовані B2B-майданчики, підвищення конкурентоспроможності за рахунок інновацій та розширення партнерських зв'язків з ключовими гравцями ринку можуть посприяти покращенню позицій українських виробників на світовому ринку металоконструкцій.

The article explores the prospects of Ukraine's foreign economic activities in the global market of metal structures amid increasing global competition and transformational changes. The research highlights the key trends shaping this market, including the growing role of digitalization, automation, and environmental regulations.

The study examines the structural dynamics of the industry, with a focus on the transition towards sustainable and energy-efficient metal products, the adoption of digital B2B sales channels, and the influence of geopolitical and economic instability on global trade flows.

A significant emphasis is placed on the evolving behavior of B2B consumers, who are increasingly shifting towards online procurement channels, demanding seamless omnichannel interaction, and prioritizing suppliers with advanced e-commerce capabilities. The study identifies the challenges faced by Ukrainian manufacturers in expanding their presence in international markets, including logistical constraints, compliance with international certification standards, high competition in key export destinations, and the necessity to integrate into global supply chains.

The analysis is based on statistical data concerning global trade in metal structures, particularly under the HS code 8302, which includes fastenings, fittings, and other structural elements used in construction, engineering, and industrial applications. The research reveals the dominant role of China, Germany, and the United States as key exporters, while Ukraine's export share remains marginal but demonstrates growth potential. The study also examines the impact of price fluctuations in raw materials, regulatory frameworks in major importing countries, and technological advancements that are redefining production and trade dynamics.

The article provides strategic recommendations for Ukrainian exporters, emphasizing the necessity of adopting omnichannel B2B strategies, investing in digital sales platforms, leveraging e-commerce marketplaces, and aligning with international environmental and quality standards. The findings suggest that integrating into specialized online B2B marketplaces, improving product differentiation through innovation, and expanding strategic partnerships with key global buyers can enhance the competitiveness of Ukrainian producers in the global metal structures market.

Ключові слова: світовий ринок металоконструкцій, B2B-торгівля, електронна комерція, цифровізація, конкурентоспроможність, експорт, зовнішньоекономічна діяльність.

Key words: global steel structures market, B2B trade, e-commerce, digitalization, competitiveness, exports, foreign economic activity.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Світовий ринок металоконструкцій є одним із ключових сегментів промисловості, що відіграє важливу роль у розвитку будівництва, інфраструктури, машинобудування та енергетичного сектору. У сучасних умовах глобалізації, цифровізації та впливу зовнішньоекономічних факторів цей ринок зазнає значних змін, що визначає актуальність дослідження його трендів та перспектив розвитку. Основна проблема полягає у необхідності адаптації виробників та експортерів металоконструкцій до нових викликів, серед яких: економічна нестабільність та геополітичні ризики, флуктуація цін на сировину, технологічні інновації та цифровізація, екологічні вимоги та декарбонізація, попит на модульні та швидкомонтовані металоконструкції. З огляду на ці виклики необхідність дослідження трендів та перспектив розвитку світового ринку металоконструкцій є надзвичайно актуальним як з наукової, так і з практичної точки зору та є ключовим завданням для бізнесу, урядів та наукових установ, що прагнуть забезпечити конкурентоспроможність у новій економічній реальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних фахівців, зокрема команди Capital One Shopping, Бойчука І.В., Денисюка А.В., Зінченка О.А., Склянкінної Г.Ю., розглядалися питання щодо розвитку світового ринку металопродукції, конкурентоспроможності українських виробників та їхньої інтеграції у глобальні ланцюги постачання. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого вивчення питання щодо стратегій цифровізації

українських експортерів, їх адаптації до міжнародних екологічних стандартів та розширення присутності на світових B2B-платформах.

Мета статті полягає у дослідженні тенденцій та перспектив ЗЕД України на світовому ринку металоконструкцій в умовах глобальної конкуренції та трансформаційних змін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий ринок металоконструкцій є динамічною та стратегічно важливою галуззю, що активно розвивається під впливом технологічних інновацій, змін у світовій економіці та екологічних стандартів. Металоконструкції широко застосовуються у промисловому та житловому будівництві, інфраструктурних проектах, транспортній сфері, енергетиці та навіть у сільському господарстві, що робить цей ринок багатовекторним і перспективним. Оскільки ці продукти переважно продаються від бізнесу до бізнесу (B2B), розуміння тенденцій B2B-ринку є ключовим для аналізу цього сектору. Ринок металоконструкцій є класичним представником B2B-сегменту (business-to-business), який характеризується специфічними механізмами закупівель, складним процесом прийняття рішень та тривалим циклом продажів. На відміну від B2C-сегменту, де ключовими є емоційні чинники прийняття рішень, у B2B-середовищі домінують раціональні фактори: технічні характеристики продукції, надійність поставок, економічна ефективність та післяпродажний сервіс. Як зазначає Бойчук І.В., сучасний B2B-маркетинг є ключовим напрямом розвитку підприємств, оскільки дозволяє підвищити ефективність управління бізнес-процесами та взаємодії між учасниками ринку [9].

Одним із ключових трендів на ринку металоконструкцій є активна діджиталізація та впровадження інструментів електронної комерції. Дослідження команди Capital One Shopping показують, що 32% B2B компаній вважають електронну комерцію найефективнішим каналом продажу, тоді як лише 23% віддають перевагу особистим зустрічам. Показово, що 82% продажів здійснюються через дистанційні канали взаємодії (не особисто), серед яких на електронну

комерцію припадає 18% [2].

Спостерігається суттєва трансформація поведінки B2B покупців, включаючи сегмент металоконструкцій (рис. 1) [2]:

1. *Підвищення вимог до онлайн-присутності*: 90% B2B покупців готові перейти до конкурента з кращими можливостями онлайн-покупок.

2. *Готовність платити більше за зручність*: 87% B2B покупців готові платити більше за співпрацю з постачальником, який має "відмінний" портал електронної комерції.

3. *Використання соціальних мереж*: 46% B2B покупців використовують соціальні мережі для дослідження бізнес-рішень.

4. *Зростання мобільних закупівель*: B2B покупці на 30% частіше використовують мобільні пристрої для здійснення покупок, ніж до 2020 року. З 2020 року обсяг мобільних замовлень зріс на 250%.

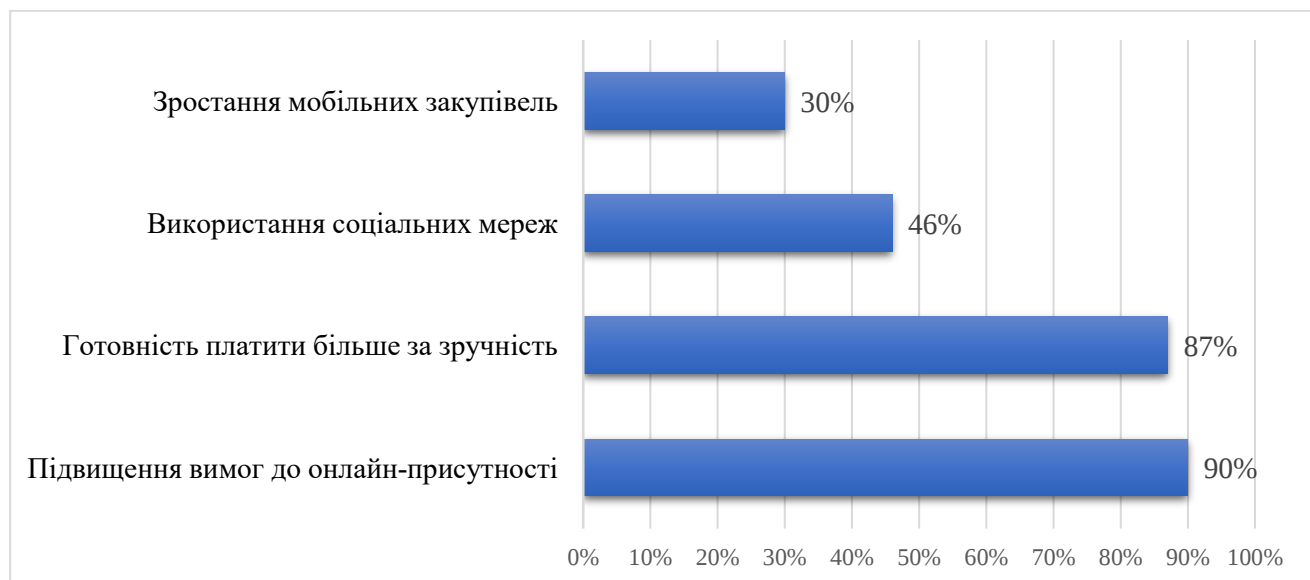


Рис. 1. Поведінка споживачів B2B сегменту

Джерело: складено авторами за даними [2]

На думку Склянкінної Г.Ю., ефективні стратегії B2B-маркетингу передбачають активне використання цифрових каналів для залучення клієнтів, зокрема через

міжнародні платформи B2B-торгівлі [10].

Компанії, що працюють на ринку металоконструкцій, активно впроваджують цифрові платформи для взаємодії з клієнтами, що дозволяє оптимізувати процеси, розширити географію продажів та підвищити ефективність бізнесу.

Для українських виробників металоконструкції, які активно інтегруються в глобальні ланцюги постачання, така ситуація створюється одночасно як виклики, такі і можливості. З одного боку, концентрація основних B2B-платформ у відомих країнах ускладнює вихід на ці ринки через високий рівень конкуренції та регуляторні бар'єри.

З іншого боку, зростаюча цифровізація платформи відкриває перспективи для використання альтернативних B2B-каналів, включаючи спеціалізовані онлайн-маркетплейси та сайти, що підтримують міжнародні транзакції.

Динамічне зростання B2B-електронної комерції та глобальна концентрація ринку в провідних країнах створюють нові виклики та можливості для окремих галузей промисловості. Однією з таких галузей є виробництво металоконструкцій, які відіграють ключову роль у сучасному будівництві, машинобудуванні та відновлюваній енергетиці.

В рамках нашого дослідження металоконструкцій будемо розглядати групу товарів 8302 «Кріпильна арматура, фурнітура та аналогічні вироби з недорогоцінних металів, що використовуються для меблів, дверей, сходів, вікон, штор, у салонах транспортних засобів, шорних виробів, валіз, ящиків, скриньок або аналогічних виробів; вішалки для капелюхів, гачки для капелюхів, кронштейни та аналогічні вироби з недорогоцінних металів; меблеві колеса з кріпильними пристроями із недорогоцінних металів; автоматичні пристрої з недорогоцінних металів для зачинення дверей, тому що ця категорія охоплює готові вироби з металу, що виконують допоміжні чи з'єднувальні функції» Ми розглядаємо групу 8302, оскільки вона включає готові вироби з недорогоцінних металів, що виконують функції кріплення та з'єднання. Ця категорія охоплює продукцію, яка є кінцевим

продуктом і готова до використання в конструкціях, зокрема кріпильні елементи для сонячних панелей [4].

Металоконструкції для сонячних панелей, які виготовляються з оцинкованого металу, також можуть бути віднесені до цієї групи товарів, оскільки вони слугують кріпильними та опорними елементами (група 830249 «Кріпильна арматура, фурнітура та аналогічні вироби тощо»). На відміну від первинних алюмінієвих зливків або необроблених профілів, які класифікуються за кодом 7601, вироби групи 8302 є кінцевою продукцією, готовою до встановлення та використання у відповідних конструкціях.

За даними Trade statistics for international business development (Trade Map) загальний обсяг світового експорту металоконструкцій (групи товарів 8302) у 2023 році досяг майже 40 млрд. дол. США. Основними експортерами залишаються Китай, який займає близько 33% світового експорту, Німеччина (13%) та США (9%).

Україна, хоч і не входить до Топ-експортерів, активно розширює свою присутність на міжнародному ринку, зосереджуючи експорт на країнах ЄС, Азії та Африки [4].

Експорт металоконструкцій (групи товарів 8302) є важливою складовою світової торгівлі, проте його частка в загальному експорті товарів залишається відносно невеликою. Динаміка експорту металоконструкцій та його частка в загальному експорті товарів у 2019–2023 роках свідчить про певні коливання, зокрема у 2022 році спостерігалось зниження цього показника. Нижче представлено графічну інтерпретацію цих змін.

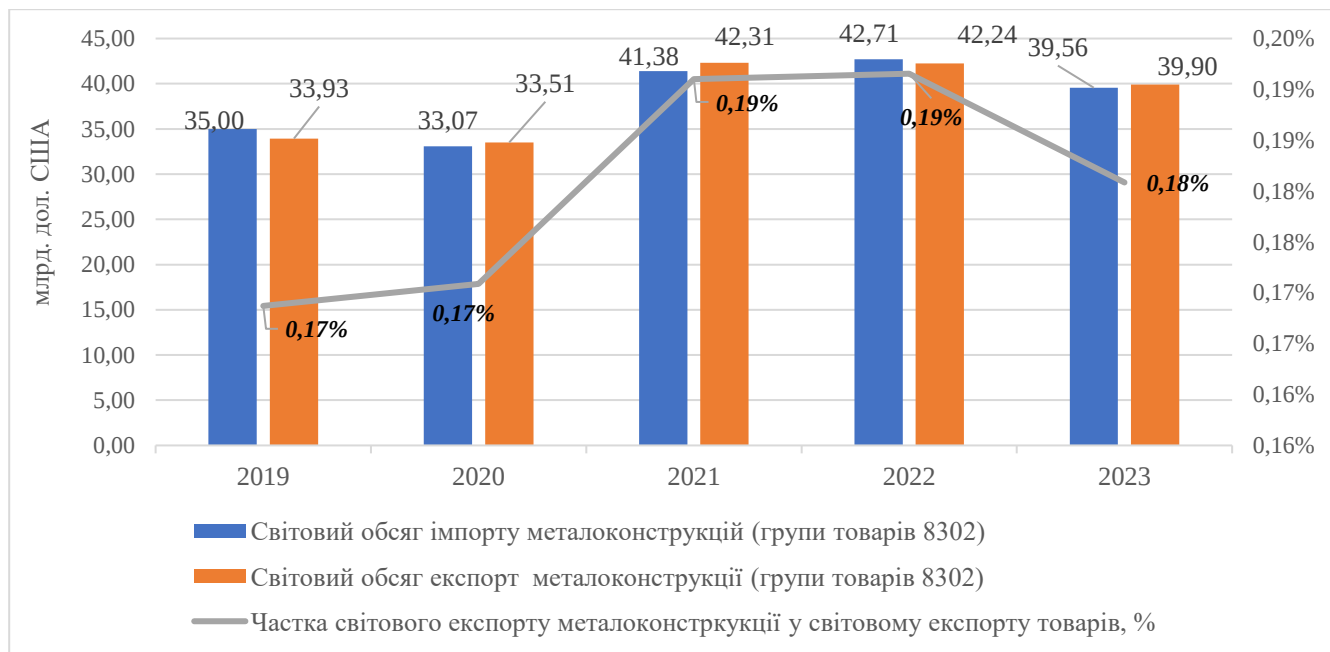


Рис. 2. Обсяги експорту та імпорту світового ринку металоконструкцій (групи товарів 8302) та частка світового експорту металоконструкцій в світовому експорті товарів

Джерело: складено авторами за даними [4]

Рис. 2 нам ілюструє, що у період 2019–2023 років світовий ринок металоконструкцій (група товарів 8302) зазнав помітних змін. Світовий експорт металоконструкцій у 2019 році становив 33,93 млрд дол. США, тоді як у 2023 році цей показник зріс до 39,90 млрд дол. США. Загальне зростання на 5,97 млрд. дол. США (17%) свідчить про стабільний розвиток галузі, незважаючи на періодичні коливання. Частка металоконструкцій у загальному світовому експорті товарів залишалася відносно стабільною, збільшившись із 0,17% у 2019 році до 0,18% у 2023 році. Незначна зміна цього показника вказує на те, що, попри збільшення абсолютного обсягу експорту, металоконструкції не зазнали суттєвого перегляду своєї ваги у глобальній структурі торгівлі.

Імпорт металоконструкцій також продемонстрував зростання: у 2019 році він складав 35,00 млрд. дол. США, а у 2023 році досягнув 39,56 млрд. дол. США.

Підвищення імпорتنих обсягів на 4,56 млрд. дол. США вказує на високий попит на металоконструкції та активний розвиток міжнародної торгівлі в цьому сегменті.

Аналізуючи зниження обсягів експорту та імпорту металоконструкцій у 2023 році відносно 2022-2022 рр. можна зазначити, що на це вплинули де які фактори: 1. Світова економіка зазнала значних коливань, що вплинуло на інвестиції в будівництво та інфраструктуру, де широко використовуються металоконструкції. 2. Введення санкцій та торговельних обмежень між країнами могло обмежити доступ до ринків збуту та постачання металоконструкцій. 3. Коливання цін на сировину, зокрема на метали, вплинуло на вартість виробництва та конкурентоспроможність металоконструкцій (рис. 2).

Але у 2024 р. відносно 2023 р. [4, 5], ми можемо спостерігати зростання обсягів експорту та імпорту металоконструкцій, що є результатом кількох ключових факторів. По-перше, активізація інфраструктурних проєктів та зростання будівельної галузі в багатьох країнах стимулювали попит на металеві конструкції. По-друге, відновлення виробничих потужностей після кризових явищ сприяло розширенню експорту. По-третє, можлива зміна ланцюгів постачання та переорієнтація на нові ринки могли спричинити перерозподіл торговельних потоків.

Загалом, порівняно з 2019 роком, ринок металоконструкцій (групи товарів 8302) у 2023 році демонструє стійке зростання. Незважаючи на зовнішні економічні виклики, попит на продукцію залишається високим, що свідчить про стратегічну значущість металоконструкцій у світовій економіці.

Світовий ринок металоконструкцій демонструє певну динаміку, яка відображає загальні тенденції в міжнародній торгівлі. Обсяги експорту металоконструкцій залежать від економічних умов, рівня попиту на металопродукцію та стану логістичних ланцюгів.

Таблиця 1 нам демонструє позиції основних світових експортерів металоконструкцій відповідно до групи 8302 (ГС). Отже, лідером серед

експортерів, на протязі багатьох років, залишається Китай із часткою 33,4% світового експорту металоконструкцій у 2023 р., хоча його позиції дещо послабилися порівняно з попередніми роками. Другою за обсягами експорту металоконструкцій групи 8302 є Німеччина (12,8%), а третю позицію займає США (8,5%). До десятки найбільших експортерів також увійшли Австрія, Італія, Канада, Польща, Мексика, Китайський Тайбей і Республіка Корея.

У 2024 р. тенденція до стабілізації ринку зберігається. Китай залишиться основним постачальником металоконструкцій (збільшення обсягів експорту у 2024 р. на 3% відносно 2023 р.), хоча конкуренція з боку США та країн ЄС може посилитися. Варто зазначити, що США за останній рік продемонстрували зростання частки експорту металоконструкцій групи 8302 в світовому експорті даної групи товарів(з 7,6% у 2022 році до 8,5% у 2023 році), а також збільшення обсягів експорту у 2024 р на 4% відносно 2023 р., все це свідчить про активне розширення їхньої присутності на глобальному ринку. Натомість Австрія та Італія поступово втрачають позиції, що може вказувати на зменшення конкурентоспроможності їхньої продукції або переорієнтацію на внутрішні ринки [5].

Таблиця 1. Світові експортери металоконструкцій (в рамках групи 8302 «Кріпильна арматура, фурнітура та аналогічні вироби з недорогоцінних металів, що використовуються» за ГС)

Країни/рік	Місце країни в світовому експорті металоконструкцій	Обсяги експорту, тис. дол. США	Частка від світового експорту, %				
	2023	2023	2019	2020	2021	2022	2023
Китай	1	13339268	29,7	33,8	35,2	35,6	33,4
Німеччина	2	5124357	14,8	14,1	13,4	12,4	12,8
США	3	3387109	8,8	7,3	6,6	7,6	8,5
Австрія	4	2106645	6,4	6,5	6,7	6,2	5,3

Італія	5	1724713	4,6	4,4	4,6	4,4	4,3
Канада	6	1204146	3,0	2,4	2,4	2,8	3,0
Польща	7	1064030	2,7	2,5	2,6	2,4	2,7
Мексика	8	1056042	2,3	2,2	2,0	2,3	2,6
Китайський Тайбей	9	952609	2,5	2,7	2,8	2,9	2,4
Республіка Корея	10	800016	2,2	1,9	1,7	1,8	2,0
...	...	...	...	...	...	...	...
Україна	42	53081	0,12	0,15	0,16	0,11	0,13
...	...	...	...	...	...	...	...
Всього	-	39904791	-	-	-	-	-

Джерело: складено авторами за даними [5]

Україна у 2023 році посіла 42 місце серед світових експортерів металоконструкцій групи 8302 із часткою 0,13% від загального обсягу експорту.

Незначне зростання у 2023 році може свідчити про поступове відновлення постачань, хоча логістичні труднощі та економічні чинники залишаються ключовими обмеженнями. Крім того, збільшення частки експорту Канади, Польщі та Мексики може означати посилення конкуренції для українських виробників на міжнародних ринках.

Але у 2024 році Україна посіла 43 місце серед світових експортерів металоконструкцій групи 8302 та обсяги експорту даної групи товарів зменшилися на 12 860 тис. дол. США (на 25%). На це вплинули такі фактори, як: зниження світових цін на металопродукцію, руйнування виробничих потужностей та логістичні проблеми, зменшення попиту на металопродукцію, що негативно позначилося на експортерах.

Загалом, основними викликами на для виробників та експортерів металоконструкцій є:

✓ *Економічна нестабільність та геополітичні ризики* – торгові обмеження, санкційна політика, зростання протекціонізму впливають на міжнародні поставки металопродукції.

✓ *Флуктуація цін на сировину* – нестабільність вартості сталі та інших матеріалів впливає на собівартість виробництва металоконструкцій та конкурентоспроможність продукції.

✓ *Технологічні інновації та цифровізація* – застосування новітніх виробничих процесів, 3D-друку металу, автоматизації та штучного інтелекту трансформують ринок.

✓ *Екологічні вимоги та декарбонізація* – країни ЄС та США запроваджують жорсткі екологічні стандарти, що змушує виробників скорочувати викиди CO₂ та застосовувати "зелені" технології.

✓ *Попит на модульні та швидкокомонтовані металоконструкції* – активний розвиток урбанізації та інфраструктурних проєктів стимулює попит на інноваційні металоконструкції.

Світовий ринок металоконструкцій формується не лише експортерами, а й імпортерами, які забезпечують стабільний попит на цю продукцію. Обсяги імпорту залежать від економічного розвитку країн, їхньої виробничої бази та потреб у металевих конструкціях для будівництва та промисловості. У таблиці 2 представлено найбільші імпортери металоконструкцій за останні п'ять років.

За представленими даними табл. 2, найбільшим імпортером металоконструкцій (групи 8302) у 2023 році є США, частка яких у світовому імпорті становила 21,5%. Протягом останніх п'яти років їхній імпорт залишався стабільно високим, з певним зростанням у 2022 році (23,5%). Друге місце займає Німеччина (7,4%), частка якої демонструє поступове зниження. Трійку лідерів замикає Мексика (4,5%), яка з 2019 року збільшила частку імпорту. До першої десятки також увійшли Сполучене Королівство, Канада, Польща, Франція, Італія, РФ та Іспанія.

Таблиця 2. Світові імпортери (в рамках групи 8302 «Кріпильна арматура, фурнітура та аналогічні вироби з недорогоцінних металів, що використовуються» за ГС)

Країни/рік	Місце країни в світовому імпорті металоко-нструкцій	Обсяги імпорту, тис. дол. США	Частка від світового імпорту, %				
			2019	2020	2021	2022	2023
США	1	8514619	21,2	21,3	21,1	23,5	21,5
Німеччина	2	2942239	8,0	8,5	8,0	7,6	7,4
Мексика	3	1792000	4,2	3,8	3,7	4,0	4,5
Сполучене королівство	4	1667413	4,2	3,8	4,1	3,8	4,2
Канада	5	1666497	4,3	4,1	3,9	4,2	4,2
Польща	6	1582152	4,0	4,2	4,4	4,0	4,0
Франція	7	1490264	4,4	3,7	3,5	3,3	3,8
Італія	8	1136479	2,5	2,5	2,6	2,6	2,9
російська федерація	9	918115	3,0	3,1	3,0	2,	2,3
Іспанія	10	902414	2,3	2,1	2,3	2,1	2,3
....	...	...	...	...	...	...	...
Україна	40	176284	0,51	0,61	0,62	0,32	0,45
....	...	...	...	...	...	...	...
Всього	-	39559803	-	-	-	-	-

Джерело: Складено авторами на даними [5]

Аналіз динаміки імпорту у 2023 році свідчить про можливе збереження поточної структури ринку у 2024 році. США залишаються беззаперечним лідером завдяки масштабним обсягам будівництва та промислового виробництва. Мексика також демонструє тенденцію до зростання, що може свідчити про активний

розвиток виробничих потужностей у країні та її інтеграцію у глобальні виробничі ланцюги. Динаміка імпорту демонструє відносну стабільність ринку, хоча певні країни зазнали змін у своїх позиціях, що може бути наслідком макроекономічних факторів, змін у промисловому виробництві та логістичних процесах. Зниження частки імпорту Німеччини та Франції пов'язане з економічним уповільненням у Європі та внутрішніми економічними змінами.

Україна у 2023 році посіла 40 місце серед світових імпортерів металоконструкцій (групи 8302). Порівняно з 2022 роком, частка імпорту в Україні від загального імпорту металоконструкцій (групи 8302) зросла з 0,32% до 0,45%, що може свідчити про відновлення виробничих потреб та попиту на кріпильні елементи у будівельній та інженерній сферах. Проте подальша динаміка буде залежати від загальної макроекономічної ситуації та можливих змін у митній політиці. Для України у 2024 році ключовими викликами залишатимуться питання логістики, фінансової доступності імпортованої продукції та внутрішнього попиту.

Продукція, що входить до групи 8302 (ГС), охоплює різні види кріпильної арматури, фурнітури та аналогічних виробів з недорогоцінних металів, які використовуються в різних галузях промисловості та будівництва. У таблиці 3 наведено деталізовані дані щодо світового експорту металоконструкцій за окремими товарними кодами, їхню динаміку за останні п'ять років.

Таблиця 3. Товарна структура світового експорту металоконструкцій за кодами групи 8302 «Кріпильна арматура, фурнітура та аналогічні вироби з недорогоцінних металів, що використовуються» за ГС

Товарний код	Обсяги експорту, тис. дол. США					Темпи змін 2023/2019, %	Структура товарів в рамках групи 8302, 2023, %
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.,	2023 р.		
830210	5553830	5594063	7069134	6938853	6338764	14	16
830220	851760	950113	1247538	1261533	1248787	47	3
830230	5367832	4494713	5291089	5556529	5962662	11	15
830241	7232659	7750650	9883233	9698194	9126168	26	23
830242	8465593	8696625	11376474	11080511	9683476	14	24
830249	3418160	2960462	3559953	3930296	3926027	15	10
830250	1829287	1982964	2577968	2490910	2351346	29	6
830260	1207992	1071102	1251915	1244495	1219101	1	3
Всього	33933413	33509283	42306612	42241035	39904791	18	100

Джерело: складено автором за даними [5]

Таблиця 3 відображає структуру світового експорту металоконструкцій у межах групи 8302 за товарними кодами. Згідно з представленим даним, загальний обсяг світового експорту металоконструкцій у 2023 році склав 39,9 млрд. дол. США. Найбільшу частку в загальному обсязі експорту займають товари з кодами 830242 «Інша арматура кріплення, фурнітура та аналогічні вироби, що використовуються для меблів, дверей, сходів, вікон, віконниць, у кузовах транспортних засобів, для лимарських виробів, валіз, ящиків, скриньок та аналогічних виробів» (24%) та 830241 «Арматура кріплення, фурнітура та аналогічні вироби для використання у будівлях» (23%), що демонструють значний

рівень попиту на світовому ринку. Водночас за останні п'ять років найвищі темпи зростання експорту спостерігалися за товарною групою 830220 «Ролики з арматурою з недорогоцінних металів» (+47%), 830250 «Вішалки для капелюхів, гачки для капелюхів, кронштейни та аналогічні вироби» (+29%) та 830241 «Арматура кріплення, фурнітура та аналогічні вироби для використання у будівлях» (+26%), що може свідчити про підвищений попит на ці види продукції.

Попри загальне зростання експорту групи товарів 8302 на 18% у 2023 році порівняно з 2019 роком, обсяги торгівлі після пікового значення у 2021 році (42,3 млрд. дол. США) почали поступово знижуватися. Це може бути пов'язано з глобальними економічними коливаннями, змінами в логістичних ланцюгах постачання та коливанням попиту на металопродукцію. Серед ключових факторів, що вплинули на зниження обсягів торгівлі, можна виділити зростання вартості сировини та енергоносіїв, що підвищило собівартість виробництва металоконструкцій. Крім того, посилення протекціоністських заходів у деяких країнах обмежило доступ окремих виробників до міжнародних ринків.

Структура світового імпорту металоконструкцій у межах групи 8302 (ГС) є різноманітною та включає широкий спектр продукції, що використовується в різних галузях промисловості та будівництва. Аналіз структури світового імпорту дозволяє оцінити попит на конкретні види металевої арматури, фурнітури та аналогічних виробів, а також простежити тенденції змін у міжнародній торгівлі (табл. 4). Загальний обсяг світового імпорту металоконструкцій у 2023 році склав 39,6 млрд. дол. США, що на 13% більше, ніж у 2019 році.

Найбільшу частку в імпорті займають товари з кодами 830230 «Кріпильна арматура, фурнітура та аналогічні деталі для моторних транспортних засобів» (21%), 830241 «Арматура кріплення, фурнітура та аналогічні вироби для використання у будівлях» (21%) та 830242 «Інша арматура кріплення, фурнітура та аналогічні вироби, що використовуються для меблів, дверей, сходів, вікон, віконниць, у кузовах транспортних засобів, для лимарських виробів, валіз, ящиків,

скриньок та аналогічних виробів» (20%), які разом формують понад 60% загального імпорту цієї групи товарів.

Таблиця 4. Товарна структура світового імпорту металоконструкцій за кодами групи 8302 «Кріпильна арматура, фурнітура та аналогічні вироби з недорогоцінних металів, що використовуються» за ГС

Товарний код	Обсяги імпорту, тис. дол. США					Темпи змін 2023/2019, %	Структура товарів в рамках групи 8302, 2023, %
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.,	2023 р.		
830210	5202006	5114866	6474112	6499650	5894110	13	15
830220	848221	839317	1063824	1112699	978783	15	2
830230	7045107	5825352	7022450	7439040	8109819	15	21
830241	7364573	7457604	9335295	9296618	8386123	14	21
830242	6683470	6546118	8956576	9416692	7809208	17	20
830249	3931133	3417660	3975995	4292433	4258765	8	11
830250	2604194	2725024	3260371	3378272	2882762	11	7
830260	1272225	1119393	1259073	1239960	1196975	-6	3
Всього	34995469	33072185	41380953	42714558	39 559 803	13	100

Джерело: складено автором за даними [5]

Найвищі темпи зростання за п'ятирічний період спостерігаються у товарної групи 830242 «Інша арматура кріплення, фурнітура та аналогічні вироби, що використовуються для меблів, дверей, сходів, вікон, віконниць, у кузовах транспортних засобів, для лимарських виробів, валіз, ящиків, скриньок та аналогічних виробів» (+17%), що свідчить про стабільний попит на цю продукцію. Також значний приріст показали товари з кодами 830230 «Кріпильна арматура, фурнітура та аналогічні деталі для моторних транспортних засобів» (+15%) та

830220 «Ролики з арматурою з недорогоцінних металів» (+15%). Водночас код 830260 «Автоматичні дверні механізми та їх частини» демонструє від'ємну динаміку (-6%), що може свідчити про зниження потреби у цьому виді продукції або про зміну ланцюгів постачання (табл. 4).

Попри загальне зростання імпорту металоконструкцій (групи товарів 8302), у 2023 році його обсяг знизився порівняно з піковими значеннями 2021–2022 років. Це було пов'язано з глобальними економічними змінами, адаптацією ринків до нових умов торгівлі та впливом логістичних факторів. Додатковими причинами стали нестабільність валютних курсів, що вплинула на купівельну спроможність імпортерів, та посилення регуляторних обмежень у ключових країнах-споживачах. Також спостерігалася зміна пріоритетів у виробничих галузях, що знизило попит на окремі види металоконструкцій.

Зміни на глобальних ринках, зокрема в результаті адаптації до нових торгових умов, не лише впливають на обсяги імпорту, а й зумовлюють нові тренди в економіці. Одним із таких напрямів є прискорений перехід до низьковуглецевих технологій, що сприяє значному зростанню попиту на спеціалізовані металоконструкції для відновлювальної енергетики.

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується прискореним переходом до низьковуглецевих технологій виробництва електроенергії, що обумовлює експоненціальне зростання попиту на спеціалізовані металоконструкції для об'єктів відновлювальної енергетики (товарна група 8302).

Світовий ринок металоконструкцій для сонячних панелей (група 830249) динамічно розвивається. Їх частка у структурі товарної позиції 8302 становить приблизно 10% і має стійку тенденцію до зростання що свідчить про підвищений попит на ці конструкції в контексті зростання глобальних інвестицій у відновлювальні джерела енергії. Найбільшими виробниками залишаються Китай, Німеччина, США та Японія. Китай є безперечним лідером, виробляючи понад 40% таких конструкцій, тоді як європейські країни та США орієнтуються на преміальні

рішення з підвищеною довговічністю та технологічними вдосконаленням. Водночас Україна, Польща та Туреччина поступово зміцнюють свої позиції на ринку, нарощуючи експорт до Європейського Союзу.

Основними споживачами металоконструкцій для сонячних панелей є країни з активною політикою розвитку відновлюваної енергетики. США та Європейський Союз імпортують понад половину всього світового обсягу, адже мають амбітні плани щодо декарбонізації економіки. Значний попит також спостерігається в Індії, Бразилії та країнах Південно-Східної Азії, де уряди впроваджують масштабні програми стимулювання використання сонячної енергії.

В останні роки відбуваються суттєві зміни, пов'язані з глобальними тенденціями цифровізації, автоматизації виробництва, впровадженням нових матеріалів та екологізацією процесів. Ці фактори сприяють підвищенню ефективності, зменшенню витрат та підвищенню конкурентоспроможності підприємств галузі.

Однією з ключових тенденцій є зростаючий попит на легкі, але міцні матеріали, що дозволяють знизити вагу конструкцій, скоротити витрати на транспортування та монтаж, а також підвищити енергоефективність будівель. Це стало можливим завдяки розвитку технологій виробництва нових сплавів сталі, алюмінієвих конструкцій та композитних матеріалів. Світовий тренд на енергоефективність та зниження викидів CO₂ змушує виробників шукати інноваційні рішення, що дозволяють одночасно скорочувати витрати та відповідати екологічним вимогам [3].

Паралельно з технологічним розвитком ринок металоконструкцій змінюється під впливом екологічних факторів. Світові виробники дедалі більше уваги приділяють переробці металів та зменшенню викидів CO₂ у процесі виробництва. Використання вторинної сировини дозволяє не лише знизити собівартість продукції, а й відповідати міжнародним екологічним стандартам, що стає критично важливим для виходу на розвинені ринки Європи та Північної Америки.

Ще однією важливою особливістю сучасного ринку є його глобалізація. Компанії активно розширюють свою присутність на міжнародному рівні, інтегруючи нові технології, адаптуючись до вимог різних регіонів та шукаючи нові партнерства. Це сприяє обміну досвідом між виробниками, дозволяє залучати новітні технології та підвищує рівень конкуренції, що змушує підприємства впроваджувати інноваційні рішення та покращувати якість продукції.

З огляду на зростаючий попит на металоконструкції для відновлювальної енергетики та необхідність задоволення потреб у низьковуглецевих технологіях, важливим є не лише обсяг виробництва, а й географічна структура цього ринку. Розуміння того, в яких регіонах зосереджене основне виробництво та споживання таких конструкцій, дає можливість оцінити стратегічні напрямки для розвитку галузі та прогнозувати подальші тенденції. Це дозволяє зрозуміти, які країни і регіони відіграють вирішальну роль у забезпеченні глобальної енергетичної трансформації.

Географічна структура світового ринку металоконструкцій для відновлюваної енергетики демонструє суттєву концентрацію виробництва та споживання в кількох ключових регіонах. Китай утримує лідерство, значно випереджаючи інші країни, тоді як ЄС, США та Індія також відіграють важливу роль у розвитку галузі. Решта регіонів мають менші частки, проте їхній внесок у глобальний ринок поступово зростає. На рис. 3 наведено детальний розподіл часток за регіонами у 2023 році.

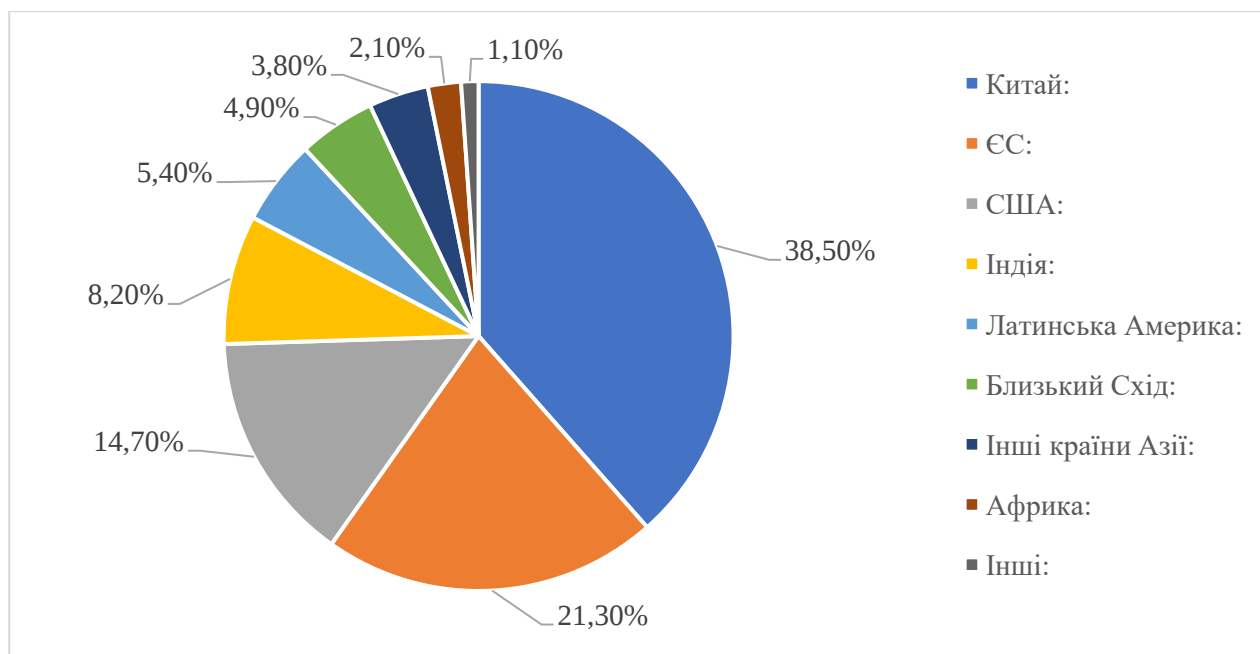


Рис. 3. Географічна структура світового ринку металоконструкцій для відновлюваної енергетики, 2023 р., %

Джерело: складено автором за [6]

Географічна структура світового ринку металоконструкцій для відновлюваної енергетики у 2023 році свідчить про значну концентрацію ринку в кількох ключових регіонах. Найбільшу частку займає Китай (38,5%), що зумовлено високими темпами розвитку відновлюваної енергетики та масштабним виробництвом металоконструкцій.

Другим за розміром гравцем є країни Європейського Союзу (21,3%), які активно впроваджують політику декарбонізації та стимулюють розвиток екологічно чистих енергетичних проєктів. США займають третє місце (14,7%), маючи розвинену інфраструктуру для сонячної та вітроенергетики.

Індія (8,2%) продовжує нарощувати потужності в секторі відновлюваної енергетики, що сприяє збільшенню попиту на металоконструкції. Частки інших регіонів — Латинської Америки (5,4%), Близького Сходу (4,9%), країн Азії (3,8%), Африки (2,1%) та інших ринків (1,1%) — є відносно невеликими, проте вони також

відіграють певну роль у глобальному ланцюгу постачань металоконструкцій. Загалом, найбільший попит на металоконструкції для відновлюваної енергетики спостерігається в країнах з високим рівнем розвитку технологій та активною державною підтримкою галузі.

Зростаючий попит на металоконструкції, зокрема у сфері відновлювальної енергетики, сприяє активному розвитку виробництва в Україні. Проте українські компанії, що спеціалізуються на виробництві металоконструкцій, стикаються з рядом суттєвих проблем при виході на зовнішні ринки. Відсутність сертифікації продукції за міжнародними стандартами, високі логістичні витрати, недостатнє фінансування, а також зовнішньоекономічні бар'єри створюють значні труднощі для українських виробників, перешкоджаючи їм ефективно конкурувати з глобальними гравцями та утримувати свою частку на міжнародних ринках. Денисюк А. В. та Зінченко О. А. зазначають, що одним із ключових факторів, що стримує розвиток металургійної галузі України, є зовнішньоекономічна кон'юнктура, яка визначає обсяги експорту та впливає на конкурентоспроможність вітчизняних виробників [8].

Не зважаючи на всі перешкоди, в умовах глобалізації та стрімкого розвитку сектору відновлювальної енергетики, українські виробники металоконструкцій мають значний потенціал для розширення своєї присутності на міжнародних ринках. Однією з таких компаній є «Солар Стальконструкція», яка активно працює в сфері виготовлення систем кріплення для сонячної енергетики. Компанія поєднує інноваційні технології та високий рівень виробничих потужностей, що дозволяє їй займати лідерські позиції на українському та європейському ринках.

Українські виробники металоконструкцій для відновлювальної енергетики мають кілька значних конкурентних переваг, які дозволяють їм утримувати стабільні позиції на міжнародному ринку:

- Висока якість продукції: Українські компанії, завдяки використанню сучасних технологій та інноваційних рішень, здатні виробляти металоконструкції,

які відповідають міжнародним стандартам якості.

- Стратегічне географічне розташування: Україна знаходиться на перехресті важливих транспортних коридорів між Європою, Азією та Східною Європою, що дає змогу знижувати витрати на транспортування та бути більш конкурентоспроможними на міжнародних ринках.

- Конкурентоспроможні ціни: Завдяки порівняно низьким виробничим витратам, українські виробники можуть запропонувати продукцію за вигідними цінами, що дозволяє зберігати високу конкурентоспроможність, особливо на ринках, де ціна є важливим фактором для покупців.

На сьогоднішній день, світовий та національний ринки металоконструкцій переживають значні зміни, спричинені розвитком новітніх технологій, автоматизацією виробництва, впровадженням екологічних стандартів та використанням інноваційних матеріалів. Ці фактори визначають майбутнє галузі, сприяючи підвищенню ефективності, покращенню якості продукції та зниженню впливу на довкілля.

У сучасних умовах розвитку бізнесу, торгівля металоконструкціями за моделлю B2B зазнає значних трансформацій, обумовлених впровадженням цифрових технологій та зміною поведінки споживачів. Відповідно до досліджень McKinsey [7], успішні компанії в B2B-сегменті дотримуються п'яти фундаментальних принципів, які забезпечують їхній сталий розвиток.

По-перше, правило «однієї третини» свідчить про те, що на кожному етапі закупівельного процесу приблизно третина клієнтів віддає перевагу особистим зустрічам, третина - дистанційним комунікаціям, а ще третина - цифровим самотійним сервісам. Ця тенденція є універсальною для різних географічних регіонів, галузей та розмірів компаній. Отже, компанії, які займаються торгівлею металоконструкціями, повинні забезпечувати різноманітні канали взаємодії, адаптуючись до індивідуальних потреб клієнтів.

По-друге, інтеграція безшовного омніканального підходу стає критично

важливою. Сучасні B2B-клієнти використовують у середньому десять каналів взаємодії під час закупівельного процесу, що вдвічі більше порівняно з 2016 роком. Компанії, які не забезпечують такого досвіду, ризикують втратити клієнтів на користь конкурентів.

Третій аспект стосується зростаючої ролі електронної комерції. Для компаній, які впровадили e-commerce, забезпечують понад третину їхнього доходу, перевершуючи традиційні особисті продажі. Клієнти стають більш впевненими у здійсненні великих замовлень через дистанційні та самостійні платформи, що підкреслює необхідність розвитку онлайн-інструментів для продажу металоконструкцій.

Четвертий принцип підкреслює ефективність гібридної роботи. Компанії, співробітники яких працюють як в офісі, так і віддалено або на місцях клієнтів, частіше досягають зростання доходу понад 10% порівняно з тими, де працівники прив'язані до одного місця. Це свідчить про важливість гнучкості в організації робочих процесів для підвищення продуктивності та адаптивності бізнесу.

Нарешті, впровадження генеративного штучного інтелекту відкриває нові можливості для B2B-компаній. Близько 19% опитаних вже застосовують генеративний ШІ у своїх продажах, а ще 23% експериментують з його впровадженням. Компанії, які поєднують персоналізований підхід до клієнтів із використанням генеративного ШІ, мають у 1,7 рази більше шансів збільшити свою частку ринку.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Враховуючи сучасні тенденції розвитку B2B електронної комерції, компаніям, що працюють на ринку металоконструкцій, рекомендується розробляти та впроваджувати омніканальну стратегію просування, яка включає:

1. *Розвиток власної електронної комерційної платформи:* Створення та оптимізація корпоративного веб-сайту з функціоналом електронної комерції, включаючи каталог продукції, систему онлайн-замовлень, особистий кабінет

клієнта, інтеграцію з CRM та ERP системами.

2. Представлення на B2B маркетплейсах: Розміщення продукції на провідних галузевих та загальних B2B маркетплейсах з урахуванням регіональної специфіки ринку.

3. Інтеграція офлайн та онлайн каналів: Забезпечення єдиного клієнтського досвіду незалежно від каналу взаємодії, синхронізація даних про клієнтів та їхні активності.

4. Мобільна оптимізація: Розробка мобільних додатків або мобільно-оптимізованих веб-інтерфейсів для зручності B2B покупців, які все частіше використовують мобільні пристрої для бізнес-закупівель.

Компаніям, що працюють у сфері торгівлі металоконструкціями за принципом B2B, рекомендується:

- Інвестувати в розвиток електронної комерції, створюючи зручні та надійні онлайн-платформи для замовлень.
- Впроваджувати гібридні моделі роботи, надаючи співробітникам можливість працювати в різних умовах для підвищення їхньої ефективності.
- Досліджувати та впроваджувати можливості генеративного ШІ, щоб покращити процеси продажів та обслуговування клієнтів.

Застосування цих рекомендацій дозволить компаніям не лише відповідати сучасним викликам ринку, але й забезпечити стале зростання та конкурентоспроможність у сфері торгівлі металоконструкціями за моделлю B2B.

Україна має потужний потенціал на світовому ринку металоконструкцій завдяки розвиненій металургійній базі, відносно низькій собівартості виробництва та вигідному географічному розташуванню для експорту в європейські країни. Незважаючи на поточні виклики, поглиблення інтеграції з ЄС відкриває нові можливості для українських виробників.

Для успішної конкуренції в умовах глобальних трансформацій вітчизняним підприємствам необхідно зосередитись на модернізації виробництва, впровадженні

енергоефективних технологій та розвитку високотехнологічної продукції з доданою вартістю. Ключовими факторами успіху стануть цифровізація виробничих процесів, адаптація до світових екологічних стандартів та інтеграція в глобальні ланцюги постачання, особливо в секторі відновлюваної енергетики.

Перспективами подальших розвідок у даному напрямі є розробка ефективної стратегії просування металоконструкцій українського виробництва для відновлюваної енергетики на зовнішні ринки.

Література

1. The new B2B growth equation / A. Arora et al. McKinsey & Company. 2022. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-new-b2b-growth-equation> (дата звернення: 16.03.2025)
2. B2B eCommerce Statistics. Capital One Shopping. 2024. URL: <https://capitaloneshopping.com/research/b2b-ecommerce-statistics/> (дата звернення: 16.03.2025)
3. Annual Report 2023. EUROFER Publications. URL: <https://www.eurofer.eu/publications/reports-or-studies/annual-report-2023> (дата звернення: 15.03.2025)
4. Trade statistics for international business development (Trade Map) - List of exporters for the selected product «Product: 8302 Base metal mountings, fittings and similar articles suitable for furniture, doors, staircases, 2025. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c8302%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 15.03.2025)
5. Trade statistics for international business development (Trade Map) - [List of exported products](#) for the selected product Product: 8302 Base metal mountings, fittings and similar articles suitable for furniture, doors, staircases, ... 2025. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=5%7c%7c%7c%7c%7c%7c8302%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата

звернення: 16.03.2025)

6. Climatescope 2024. Emerging Markets Power Factbook. BloombergNEF. November, 2024. URL: <https://www.global-climatescope.org/> (дата звернення: 16.03.2025)

7. McKinsey & Company. *Five fundamental truths: How B2B winners keep growing*. 2024. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/five-fundamental-truths-how-b2b-winners-keep-growing> (дата звернення: 15.03.2025)

8. Денисюк А., Зінченко О. Проблеми та перспективи розвитку металургійної галузі України на світовому ринку. *Молодий вчений*. 2018. Випуск 10 (62), с. 770-775. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3888> (дата звернення: 17.03.2025).

9. Boychuk I. V. B2B MARKETING AS A MODERN DIRECTION OF ENTERPRISE'S DEVELOPMENT. *Economy and Society*. 2018. No. 18. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-38> (дата звернення: 17.03.2025).

10. Склянкiна Г. Ю. Ефективні стратегії маркетингу для B2B компаній. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. Випуск (10). URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13730457> (дата звернення: 17.03.2025).

References

1. Arora, A. (2022), “ The new B2B growth equation ”, McKinsey & Company, available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-new-b2b-growth-equation> (Accessed 16.03.2025)

2. Capital One Shopping (2024), “ B2B eCommerce Statistics ”, available at: <https://capitaloneshopping.com/research/b2b-ecommerce-statistics/> (Accessed 16.03.2025)

3. EUROFER Publications (2023), “Annual Report”, available at: <https://www.eurofer.eu/publications/reports-or-studies/annual-report-2023> (Accessed 15.03.2025)

4. Trade statistics for international business development (Trade Map) (2025), “List

of exporters for the selected product «Product: 8302 Base metal mountings, fittings and similar articles suitable for furniture, doors, staircases», available at: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c8302%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (Accessed 15.03.2025)

5. Trade statistics for international business development (Trade Map) (2025), “List of exported products for the selected product Product: 8302 Base metal mountings, fittings and similar articles suitable for furniture, doors, staircases”, available at: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=5%7c%7c%7c%7c%7c8302%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (Accessed 16.03.2025)

6. BloombergNEF (2024), “Climatescope 2024. Emerging Markets Power Factbook”, available at: <https://www.global-climatescope.org/> (Accessed 16.03.2025)

7. McKinsey & Company (2024), “ Five fundamental truths: How B2B winners keep growing ”, available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/five-fundamental-truths-how-b2b-winners-keep-growing> (Accessed 15.03.2025)

8. Denysiuk, A. and Zinchenko, O. (2018), “Problems and prospects of the development of the metallurgical industry of Ukraine in the world market”, *Molodyi vchenyj*, vol. 10 (62), pp. 770-775, available at: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3888> (Accessed 17.03.2025).

9. Boychuk, I. V. (2018), “ B2B Marketing as a modern direction of enterprise's development”, *Economy and Society*, vol. 18. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-38>.

10. Skliankina, H. Yu. (2024), “Effective marketing strategies for B2B companies”, *Zdobutky ekonomiky: perspektyvy ta innovatsii*, vol. (10). <https://doi.org/10.5281/zenodo.13730457>.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2025 р.