

Таким чином, тайм-менеджмент є важливим інструментом підвищення ефективності діяльності публічних службовців і вагомим чинником забезпечення сталого розвитку України. Його впровадження сприяє раціональному використанню ресурсів, підвищенню якості управлінських рішень, прискоренню реалізації реформ та зміцненню інституційної спроможності держави в умовах сучасних викликів.

Література

1. Гонтаренко Ю.Д., Зачосова Н.В. Можливості використання практик тайм-менеджменту для оптимізації управління організацією та її кадровим потенціалом. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. № 3 (03). С. 58–64.
2. Лащенко О.В., Серьогіна Н.К. Тайм-менеджмент як інструмент удосконалення часової організації професійної діяльності державних службовців. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2020. Вип. 3(46). С. 177-185.
3. Шпак К.І., Назаренко С.А., Зачосова Н.В. Формалізація засад тайм-менеджменту і самоменеджменту персоналу у кадровій політиці для підвищення рівня кадрової безпеки. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. № 3 (03). С. 51–57.

УДК 339.138:339.187:336.7:330.341.1

Базарна О.В., доктор філософії з економіки, доцент кафедри маркетингу, Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ, Україна

РОЛЬ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ФОРМУВАННІ ІНФРАСТРУКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ В УМОВАХ СТАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Сучасний розвиток товарних ринків характеризується активною трансформацією інфраструктури під впливом цифровізації, глобалізації та інноваційних процесів. Виставкова діяльність у цих умовах виступає не лише інструментом маркетингових комунікацій, а й важливим елементом формування інституційної структури ринку [1, с. 12]. Виставкова діяльність є ефективним засобом просування продукції, формування ділових контактів та стимулювання інноваційної активності підприємств. Як зазначають В. В. Божкова та А. С. Чикалова, виставки сприяють виходу підприємств на нові ринки та підвищенню

їх конкурентоспроможності [1, с. 12]. Крім того, вони виконують функцію інформаційного забезпечення ринку, що дозволяє підприємствам адаптувати свою діяльність до змін зовнішнього середовища [2].

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується активізацією інноваційних процесів та необхідністю формування ефективної інфраструктури товарного ринку як основи сталого розвитку. Інфраструктура товарного ринку являє собою сукупність організаційних, економічних і технічних елементів, що забезпечують взаємодію суб'єктів ринку та ефективний обіг товарів [3, с. 12]. Важливе місце в її структурі займають виставкові заходи, які виступають інструментом маркетингових комунікацій і розвитку ринкових зв'язків. В умовах інноваційної економіки виставкова діяльність трансформується під впливом цифрових технологій, що розширює її функціональні можливості. Вона стає не лише інструментом просування, а й платформою для обміну знаннями, комерціалізації інновацій та розвитку партнерських відносин. Водночас ефективність виставкової діяльності значною мірою залежить від фінансового забезпечення та доступності фінансових інструментів.

Фінансові інструменти відіграють важливу роль у формуванні інфраструктури товарного ринку, забезпечуючи фінансування виставкових заходів, інноваційних проєктів та розвитку підприємств. Вони сприяють залученню інвестицій, підвищенню ліквідності підприємств та стимулюванню їх інноваційної діяльності. Як зазначається у сучасних дослідженнях, розвиток інфраструктури ринку потребує комплексного поєднання організаційних та фінансових механізмів [4]. Разом з тим, в Україні існує низка проблем, що стримують розвиток виставкової діяльності та інфраструктури товарного ринку. Серед них - недостатній рівень розвитку виставкової інфраструктури, обмеженість фінансових ресурсів, низька ефективність використання маркетингових інструментів та недостатній рівень цифровізації [5]. Це зумовлює необхідність пошуку нових підходів до інтеграції виставкової діяльності та фінансових інструментів у систему сталого розвитку.

Водночас виставкова діяльність забезпечує розвиток інформаційної інфраструктури ринку, формування каналів комерціалізації інновацій, інтеграцію підприємств у глобальні ланцюги створення вартості [6, с. 4].

За сучасними оцінками, глобальна виставкова індустрія демонструє стійке відновлення після кризових явищ: у 2024 році у світі було проведено близько 32 тис. виставок із загальною кількістю 318 млн відвідувачів та економічним ефектом близько 368 млрд Євро. Це свідчить про зростання ролі виставкової діяльності як інфраструктурного елементу економіки [7].

Таблиця 1

Динаміка розвитку виставкової індустрії (2023-2025 роки)

Показник	2023	2024	2025 (оцінка)
Кількість виставок (тис.)	30+	32	40+
Відвідувачі (млн осіб)	300	318	320+
Економічний ефект	\$350 млрд	€368 млрд	\$400+ млрд
Обсяг ринку	\$39,4 млрд	\$45 млрд	\$45–50 млрд

Джерело: узагальнено автором на основі [8; 9]

Аналіз даних свідчить, що виставкова діяльність є важливим драйвером економічного зростання, забезпечуючи до 9,5% у структурі маркетингових комунікацій і значну частку у сфері B2B-взаємодії [9]. Як показують дослідження, сучасні виставки трансформуються у гібридні платформи, що поєднують офлайн і онлайн формати, що дозволяє розширити аудиторію, зменшити витрати, підвищити ефективність комунікацій [8].

Водночас, незважаючи на позитивну динаміку, існують проблеми, а саме: недостатній рівень розвитку інфраструктури в Україні; обмеженість фінансових ресурсів; низький рівень цифровізації [10]; відсутність системних моделей оцінки ефективності виставкових заходів.

Таким чином, виставкова діяльність у поєднанні з фінансовими інструментами виступає ключовим фактором розвитку інфраструктури товарного ринку та забезпечення сталого інноваційного розвитку. Поєднання виставкової діяльності та фінансових інструментів створює передумови для формування ефективної інфраструктури товарного ринку, що забезпечує розвиток інноваційної економіки та підвищення конкурентоспроможності України. Її подальша трансформація пов'язана з цифровізацією, глобалізацією та інтеграцією у світові економічні процеси.

Література

1. Vozhkova V. & Chykalova, A. (2015). Exhibition activity as effective tool of industrial products promoting into new sales markets. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 11-19. <https://doi.org/10.21272/mmi.2015.3-01>
2. Сазонець, О., & Радько, А. (2015). УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. *Mechanism of an Economic Regulation*, (4 (70), 48-54. Режим доступу: <https://mer-journal.sumy.ua/index.php/journal/article/view/403>
3. Селищев В. С., Головань Д. М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. Харків: ХАІ, 2009. 155 с.
4. Веретін, Л. С., & Шимко, О. В. (2025). Інфраструктура аграрного товарного ринку: проблеми розвитку та потенціал інтеграції в глобальні ланцюги. *Актуальні питання економічних наук*, (11).

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15542808>

5. Мунтян І. В. Виставково-ярмаркова діяльність як ефективна організаційна форма просування бренду [Текст] / І. В. Мунтян, К. Ю. Соколюк, Р. Р. Значек // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. - 2020. - № 2 (145). - С. 46-55.

6. Кравченко О. М., Букорос Є. В. Використання виставкової діяльності підприємствами. *Економіка та суспільство*. 2021. № 27. С. 1-7.

7. UFI публікує новий набір статистики світової виставкової індустрії. Режим доступу: UFI публікує новий набір статистики світової виставкової індустрії | TTGMice

8. Exhibition Market Size & Share, Statistics Report 2024-2032. Режим доступу: https://www.futuremarketinsights.com/reports/exhibition-market?utm_source=chatgpt.com

9. Global Exhibition Industry Statistics. 2025. Режим доступу: https://www.futuremarketinsights.com/reports/exhibition-market?utm_source=chatgpt.com

10. Продіус Ю. І., Суцягіна А. В. Проблеми виставкової діяльності. *Економіка: реалії часу*. 2016. № 4(26). С. 160-167.

UDC 330.15:355.45

Chaika T. O., Candidate of Economic Sciences Separated Structural Unit “Agrarian-Economic Professional College of Poltava State Agrarian University”, Poltava, Ukraine

ECONOMIC CONSEQUENCES OF LANDMINE CONTAMINATION IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE RECOVERY

The full-scale war in Ukraine has caused not only significant human losses and destruction of infrastructure, but also large-scale contamination of territories with explosive remnants of war (ERW) and landmines, which generates long-term economic, social, and environmental risks. As of June 2025, the total area of potentially contaminated territories amounts to approximately 139 thousand km², indicating one of the highest levels of landmine contamination in the world [1].

Mine contamination has a systemic negative impact on the national economy. First of all, the agricultural sector, which traditionally forms a significant share of GDP and exports, suffers substantial losses. Contamination of agricultural land restricts its