

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

УДК 658.8:658.89
JEL D83, L74, L87, M31

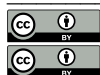
DOI: 10.26906/EiR.2025.4(99).4155

КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ У БУДІВНИЦТВІ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МАРКЕТИНГУ, ЛОГІСТИКИ ТА ДОВІРИ СПОЖИВАЧІВ

Ажаман Ірина Анатоліївна*, доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту і маркетингу
Окландер Ігор Михайлович**, кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Одеська державна академія будівництва та архітектури

*ORCID 0000-0002-0245-1652

**ORCID 0000-0002-2808-6171



© Ажаман І.А., 2025

© Окландер І.М., 2025

Стаття отримана: 12.11.2025

Стаття прийнята: 05.12.2025

Стаття опублікована: 26.12.2025

Вступ. Ефективне управління матеріальними потоками в будівельній галузі є критично важливим для успіху будь-якого проекту, оскільки воно безпосередньо впливає на терміни виконання робіт, бюджет та якість кінцевого продукту. Традиційні підходи до логістики, які зосереджувалися лише на фізичному переміщенні товарів, сьогодні вже не є достатніми. Сучасні умови ринку, що характеризуються зростаючою конкуренцією та високими вимогами споживачів, вимагають інтеграції концепцій маркетингу та логістики в єдину систему управління. Центральним елементом цієї інтегрованої системи стають комунікаційні стратегії, які забезпечують ефективний обмін інформацією між усіма зацікавленими сторонами. Будівельна галузь є особливо чутливою до збоїв у ланцюгах постачання, що підтвердили нещодавні глобальні кризи, зокрема пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення в Україну. Ці події зруйнували звичні логістичні моделі та підкреслили необхідність розробки нових, стійкіших підходів до управління. В таких умовах ефективна комунікація допомагає мінімізувати ризики, прогнозувати кризові ситуації та оперативно на них реагувати. При цьому особливого значення набуває довіра споживачів, яка формується не лише якістю будівництва, але й прозорістю, своєчасністю та точністю комунікацій протягом усього життєвого циклу проекту.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Аналіз наукової літератури свідчить про значний інтерес дослідників до окремих аспектів управління матеріальними потоками, маркетингу, логістики та довіри споживачів. Період 2020–2025 рр. відзначений значним впливом глобальних криз, що стимулювало дослідження стійкості (resilience) та адаптивного управління ланцюгами постачань. Abd Aziz N., Mohd-Rahim F. наголошують на важливості надійних комунікацій для мінімізації збоїв та оперативного реагування на ризики, такі як нестача сировини чи зростання цін [1]. Sarkis J., Cohen M. J., Baldanza J., Dewsnap B. підтверджують, що швидкий та точний обмін інформацією між партнерами в ланцюгу постачань є ключовим фактором стійкості під час непередбачуваних подій [2]. Ефективне управління матеріальними потоками розглядається як ключовий пріоритет для успішних будівельних компаній. Malik S. висвітлює проблеми комунікації між

учасниками проекту та підкреслюють, що відсутність належного обміну інформацією негативно впливає на всі етапи будівництва [3]. Pratap S., Jauhar S.K., Gunasekaran A., Kamble S.S. акцентують увагу на необхідності впровадження формальних та структурованих методів комунікації для забезпечення прозорості та уникнення непорозумінь [4]. Ангелов О.О., Войтенков А. В. також обговорюють сучасні виклики та інноваційні стратегії маркетингу та логістики в системі менеджменту, що опосередковано стосується комунікацій в умовах війни та відновлення України [5, 6]. Mollenkopf D. A., Peinkofer S. T., Chu Y. активно досліджують вплив технологій на управління будівельними процесами: використання інформаційних технологій (таких як BIM-моделювання, IoT, платформи управління даними) визнано критично важливим для інтеграції інформаційних потоків та забезпечення real-time прийняття рішень [7]. Ці технології допомагають ефективніше управляти матеріалами на будівельному майданчику, знижувати відходи та підвищувати продуктивність. Мілчева В., Євтушевська О., Антонюк Ю., Матузний О., Корягін О. підтверджують, що цифрові інструменти покращують координацію та забезпечують прозорість процесів, що, у свою чергу, підвищує довіру клієнтів завдяки дотриманню термінів [8]. Дослідження 2020–2025 рр. посилюють розуміння того, що довіра споживачів є ключовою конкурентною перевагою, особливо в умовах невизначеності ринку. Вона формується не тільки якістю кінцевого продукту, але й усім досвідом взаємодії з компанією. Hassan M.M., Gamil M.B., Amin M.I.K.M. підкреслюють, що прозорість, надійність та виконання обіцянок у процесі постачання матеріалів та інформування про хід проекту є основними чинниками побудови довіри [9]. Паламарчук О., Петришина С. вказують, маркетингові стратегії, що використовують цифрові канали для побудови міцних відносин зі споживачами, стають все більш актуальними, оскільки вони дозволяють персоналізувати комунікацію та підвищувати лояльність [10, 11].

Огляд сучасної літератури показує зміщення акцентів від суто операційної логістики до інтегрованого управління ланцюгом поставок, де комунікаційні стратегії відіграють центральну роль. Дослідження останніх років визнають критичну необхідність поєднання маркетингової орієнтації (задоволення потреб клієнта та побудова довіри) з логістичною ефективністю (оптимізація матеріальних потоків) через використання сучасних технологій та прозору комунікацію. Однак комплексний підхід, який об'єднує ці елементи в єдину систему комунікаційних стратегій у будівництві галузі, залишається недостатньо розробленим.

Метою статті є дослідження теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо формування ефективних комунікаційних стратегій управління матеріальними потоками в будівництві, які б інтегрували принципи маркетингу, логістики та були спрямовані на побудову довгострокової довіри споживачів.

Основний матеріал і результати. Будівництво є однією з найбільш матеріаломістких галузей економіки, у якій частка матеріальних ресурсів у собівартості продукції досягає 50–70 %. Ефективність процесу виконання робіт значною мірою залежить від своєчасного забезпечення будівельного майданчика необхідними матеріалами, устаткуванням та комплектуючими. Неефективна організація постачання та зберігання ресурсів призводить до затримок, зростання витрат, зниження продуктивності та якості будівельних робіт. Тому управління матеріальними потоками є одним із ключових елементів системи управління будівельним підприємством.

Дослідження з теми комунікаційних стратегій в управлінні матеріальними потоками у будівництві за 2020–2025 рр. наголошують на значних фінансових втратах та операційних проблемах, спричинених неефективною комунікацією, та підкреслюють критичну важливість прозорості й довіри. Колесник А. В., Бутенко О. П. вказують, що до 57% проєктів зазнають невдачі через проблеми з комунікацією, що є основною причиною перевитрат бюджету та затримок термінів у будівництві [12].

Індикатор ділової впевненості на українському ринку будівництва в четвертому кварталі 2025 року підвищився на 3,8 процентних пункти порівняно з третім кварталом – до «мінус» 28,6%, повідомила Державна служба статистики (рис. 1).

Згідно з даними проведеного Державною службою статистики опитування підприємств будівельної галузі для 99% українських будівельних компаній досить складно передбачити майбутній розвиток бізнес-ситуації. Однією з причин такої невпевненості є саме недоліки в комунікаціях в процесі управління матеріальними потоками в будівництві.

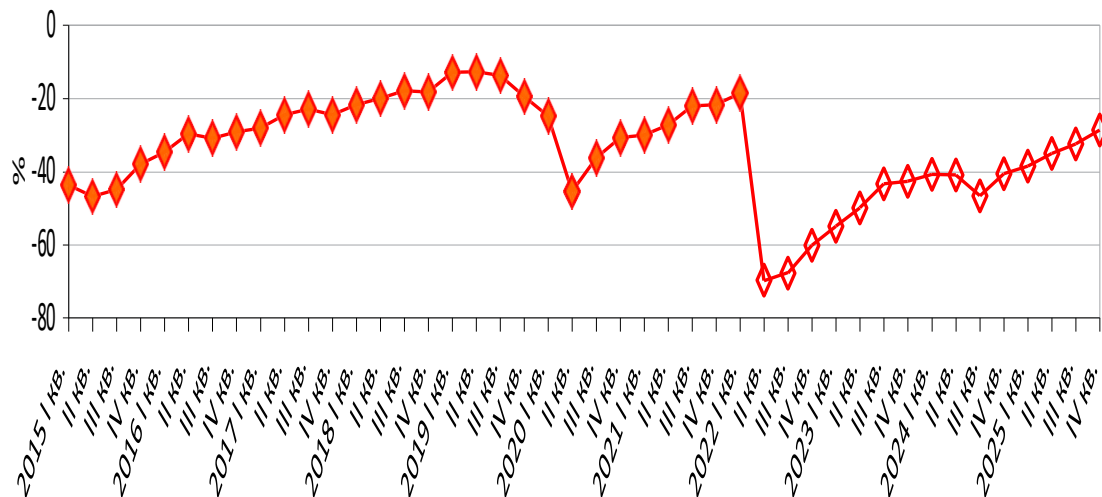


Рис. 1. Індикатор ділової впевненості в будівництві

Джерело: [13]

Серед найбільш важливих причин неефективної комунікації називають відсутність стандартизованих процедур та навчання, а також недостатнє представництво зацікавлених сторін проєкту. Обмін необхідною інформацією між підприємствами в належний час не тільки зменшує конфлікти, але й покращує взаєморозуміння та продуктивність. Довіра та співпраця між учасниками ланцюга постачань (постачальники, підрядники, клієнти) значно впливають на ефективність організації та її конкурентні переваги.

Прогнозується, що до 2026 року 50% організацій інвестують в додатки, які підтримують штучний інтелект та розширену аналітику для управління ланцюгами постачань [14]. Технології, такі як BIM, IoT та хмарні платформи, допомагають забезпечити прозорість наявності матеріалів та прискорити час реагування на потреби, що є критичним для сучасних логістичних моделей, таких як «точно в строк» (Just-in-Time).

Управлінням матеріальними потоками у будівництві – це цілеспрямований процес планування, організації, координації та контролю руху матеріальних ресурсів на всіх етапах будівельного циклу. Матеріальні потоки охоплюють надходження, транспортування, складування, внутрішньомайданчиковий розподіл та використання матеріалів відповідно до графіку та технології робіт.

У будівництві матеріальні потоки відіграють ключову роль, оскільки: затримки матеріалів є основною причиною простоїв; багато матеріалів мають обмежений термін зберігання або чутливість до умов (цемент, суміші, утеплювачі); будівельний майданчик має територіальні обмеження, які ускладнюють логістику.

Можна запропонувати наступний алгоритм розробки та впровадження комунікаційної стратегії управління матеріальними потоками в будівництві, що охоплює ключові етапи від планування до контролю, коригування та використання сучасних цифрових технологій (рис. 2).

SLA (Service Level Agreement) – це офіційна угода або контракт, який визначає рівень обслуговування, що його має надати постачальник послуг своєму клієнту. Цей документ є важливим для встановлення чітких очікувань та забезпечення відповідальності між двома сторонами. SLA допомагає перевести розпливчасті обіцянки («ми зробимо все можливе») в конкретні, вимірювані зобов'язання («ми гарантуємо час безвідмовної роботи 1 рік») [10, 11].

Особливостями матеріальних потоків у будівництві є [14, 15]:

- територіальна розподіленість майданчиків;
- нестабільність зовнішнього середовища (погодні умови, сезонність);
- висока трудомісткість логістичних операцій;
- значні обмеження щодо зберігання та доступу матеріалів;
- потреба в інтеграції з календарно-мережевими графіками виконання робіт.

Доцільними є наступні етапи реалізації комунікаційної стратегії в процесі управління матеріальними потоками на будівельних підприємствах (табл. 1).

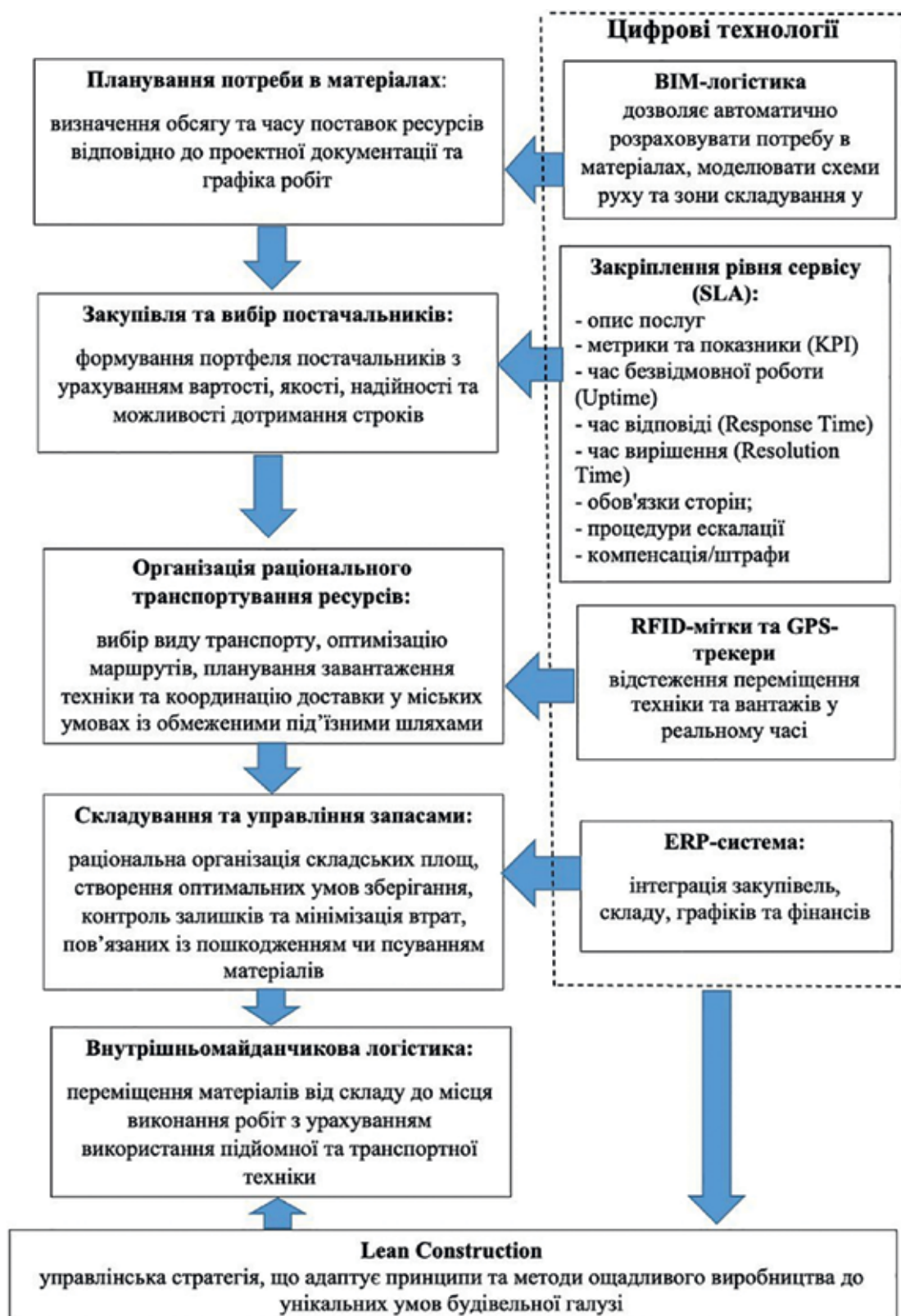


Рис. 2. Запропонований алгоритм розробки та впровадження комунікаційної стратегії управління матеріальними потоками в будівництві

Джерело: розроблено авторами

**Етапи управління матеріальними ресурсами на будівельних підприємствах
на основі впровадження комунікаційних стратегій**

Етап	Завдання	Зміст
Етап 1: Визначення цілей та завдань	Визначення мети з врахуванням комунікаційної стратегії	Деталізація кроків, необхідні для досягнення мети: – покращення обміну інформацією між постачальниками та керівництвом проєкту; – забезпечення прозорості логістичних операцій
Етап 2: Аналіз зацікавлених сторін (стейкхолдерів) та цільової аудиторії	Визначення всіх учасників процесу (замовники, проєктувальники, постачальники, транспортні компанії, будівельні бригади, керівництво проєкту тощо).	З'ясування, яку інформацію потребує кожна група, як часто, і який формат буде для них найефективнішим (наприклад, бригадирам потрібна оперативна інформація про час прибуття матеріалів, керівництву – аналітичні звіти про витрати).
Етап 3: Розробка ключових повідомлень та каналів комунікації	Визначення ключових повідомлень для кожної цільової аудиторії	Вибір каналів передачі інформації: спеціалізоване програмне забезпечення для управління проєктами, регулярні координаційні наради, електронний зв'язок, телефонний зв'язок. Встановлення відповідальності: призначення осіб відповідальних за передачу інформації через визначені канали (ланцюг підпорядкування та комунікації).
Етап 4: Планування та впровадження комунікаційної стратегії	Розробка детального плану дій, що включає терміни, відповідальних осіб та ресурси, необхідні для реалізації стратегії.	Стандартизація документації та звітності: єдині стандарти для всіх документів, звітів та записів, пов'язаних із матеріальними потоками, щоб забезпечити послідовність та доступність інформації. Проведення тренінгів для команди з використання визначених інструментів, стандартів та процедур комунікації.
Етап 5: Моніторинг, контроль та оцінка ефективності	Активне слухання та зворотний зв'язок: заохочення відкритого спілкування та забезпечення каналів для зворотного зв'язку, що дозволить оперативно виявляти та вирішувати проблеми.	Визначення ключових показників ефективності (KPI): встановлення метрики для оцінки успішності комунікації (своєчасність поставок, відсутність надлишкових запасів, швидкість реагування на запити). Оцінка та коригування: оцінка результатів комунікаційних заходів на основі KPI та коригування стратегії відповідно до мінливих умов та викликів будівельного проєкту.

Джерело: розроблено авторами

Дотримання цього алгоритму забезпечує інтегроване управління інформаційними та матеріальними потоками, що значно підвищує ефективність будівельних проєктів.

Можна запропонувати наступний пакет заходів щодо оцінки впливу раціональних комунікацій на логістичні ризики і купівельну поведінку споживачів:

1) ідентифікація та класифікація логістичних ризиків – виявлення потенційних ризиків, їх систематизація за типом, імовірністю виникнення та потенційним впливом на діяльність компанії та клієнтів;

2) аналіз існуючої комунікаційної стратегії – визначення якими каналами та як часто інформація про ризики (або їх відсутність) доноситься до споживача (веб-сайт, соціальні мережі, електронна пошта, пакування товару, зворотний зв'язок). Оцінка чіткості, прозорості та достовірності існуючих повідомлень про ризики;

3) визначення цільових сегментів споживачів та їхніх інформаційних потреб – розділення споживачів на групи за сприйнятливістю до ризиків, досвідом онлайн-покупок та іншими демографічними або психографічними характеристиками. Дослідження, як різні сегменти споживачів сприймають різні типи логістичних ризиків (наприклад, фінансовий ризик, ризик продукту, ризик обслуговування);

4) збір даних про купівельну поведінку та реакцію на комунікації – використання опитувань, фокус-груп, інтерв'ю для збору якісних та кількісних даних про те, як комунікації про ризики впливають на рішення про покупку. Збір даних про відвідування веб-сайту, показників відмов, конверсію продажів, відгуки, кількість скарг та повторні покупки, щоб кількісно оцінити вплив комунікацій;

5) моделювання та оцінка впливу – застосування відповідних аналітичних та статистичних моделей (регресійний аналіз, імітаційне моделювання) для встановлення причинно-наслідкових зв'язків між комунікаціями про ризики та купівельною поведінкою. Оцінка ступеню впливу комунікацій на ключові показники купівельної поведінки (зміна наміру покупки, ймовірність покупки, готовність платити премію за зниження ризику доставки).

6) розробка рекомендацій та коригування комунікаційної стратегії – інтерпретація результатів аналізу для визначення ефективних та неефективних аспектів поточної комунікаційної стратегії. На основі висновків розробляються заходи для вдосконалення комунікацій (більш прозоре інформування про затримки, надання гарантій безпеки транзакцій, інформація про процес доставки). Забезпечення моніторингу змін у купівельній поведінці після впровадження коригувань для подальшої оптимізації стратегії.

Висновки. Управління матеріальними потоками у будівництві – це критичний фактор успіху проєкту. Ефективна логістика мінімізує витрати, скорочує ризики затримок, забезпечує якість робіт і підвищує конкурентоспроможність будівельного підприємства. Сучасний підхід повинен базуватися на цифровізації, стандартизації та інтеграції логістики з ефективними комунікаціями. В дослідженні було запропонована комплексна модель комунікаційних стратегій в управлінні матеріальними ресурсами на будівельних підприємствах, що включає алгоритм розробки та впровадження комунікаційної стратегії управління матеріальними потоками в будівництві, етапи управління матеріальними ресурсами на будівельних підприємствах на основі впровадження комунікаційних стратегій, заходи щодо оцінки впливу раціональних комунікацій на логістичні ризики і купівельну поведінку споживачів. Метою впровадження моделі є зростання довіри споживачів. Запропоновані рекомендації спрямовані на оптимізацію бізнес-процесів, зниження витрат, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку будівельних підприємств. Подальші дослідження будуть спрямовані на вивченні місця цифровізації, BIM-технологій та концепцій Lean Construction у підвищенні ефективності забезпечення будівельних процесів ресурсами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Abd Aziz N., Mohd-Rahim F. A systematic literature review of communication in the construction industry: Gaps and future research agenda. *Journal of Surveying, Construction and Property*. 2022. Vol. 13 (Special Issue IBCC), P. 52–70. DOI: <https://doi.org/10.22452/jscsp.2022no1.5>
2. Sarkis J., Cohen M. J., Baldanza J., Dewsnap B. Supply chain management in the COVID-19 crisis: a review of lessons learned and future directions. *International Journal of Production Economics*. 2020. Vol. 7, P. 789–801. URL: https://pace.edu/sites/default/files/2022-01/lubin-supply-chain-sustainability-learning-from-the-covid-19-pandemic-sarkas_0.pdf (дата звернення: 10.11.2025).
3. Malik S. Exploring the relationship between communication and success of construction projects: the mediating role of conflict. *Sustainability*. 2021. Vol. 13, No. 8, P. 45–53. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13084513>
4. Pratap S., Jauhar S.K., Gunasekaran A., Kamble S.S. Optimizing the IoT and big data embedded smart supply chains for sustainable performance. *Computers & Industrial Engineering*. 2024. Vol. 187, art. 109828. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cie.2023.109828>
5. Ангелов О. О. Зміст та складові розвитку капітального будівництва в сільській місцевості. *Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті*: матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса: ОДАБА, 2025. С. 66–69). URL: <https://drive.google.com/file/d/1sNd2RqhpcBTWSpS7RXefhmSW0eVYlnGr/view> (дата звернення: 12.11.2025).
6. Войтенков А. В. Управління проєктом оптимізації ланцюгів постачань для підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті*: матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса: ОДАБА, 2025. С. 78–80). URL: <https://drive.google.com/file/d/1sNd2RqhpcBTWSpS7RXefhmSW0eVYlnGr/view> (дата звернення: 12.11.2025).
7. Mollenkopf D. A., Peinkofer S. T., Chu Y. Supply chain transparency: Consumer reactions to incongruent signals. *Journal of Operations Management*. 2022. Vol. 68, No. 4. P. 306–327. DOI: <https://doi.org/10.1002/joom.1180>
8. Мілчева В., Євтушевська О., Антонюк Ю., Матузний О., Корягін О. Формування споживчої лояльності у цифровому маркетингу підприємства: поведінково-економічний підхід. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2025. Том 346, № 5. С. 586–590. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-346-5-84>
9. Hassan M.M., Gamil M.B., Amin M.I.K.M. Causes and effects of poor communication in the construction industry: A structural equation modeling approach. *Journal of Civil Engineering and Management*. 2022. Vol. 28, No. 5. P. 330–354. DOI: <https://doi.org/10.3846/jcem.2022.16728>
10. Паламарчук О., Петришина С. Будівельна галузь України: стан та прогнози. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-45>
11. Паламарчук О., Петришина С. Аналіз факторів конкурентоспроможності будівельних підприємств України. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 57. С. 99–107. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-99>

12. Колесник А. В., Бутенко О. П. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку будівельних матеріалів України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2024. Вип. 64. С. 1–11. DOI: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i64.149930>
13. Державна служба статистики України. Очікування будівельних підприємств щодо перспектив розвитку їх ділової активності. Київ, 2025. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2024/fin/rp/bud/bud_IVkv_2025_u.pdf (дата звернення: 20.11.2025).
14. Капраль О., Секретар І. Змістовні характеристики економічної безпеки будівельних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 74. С. 1–6. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-6>
15. Дмитренко В. І. Проблеми та перспективи розвитку підприємств будівельної галузі. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. Т. 2, Вип. 58. С. 120–127. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-128>

REFERENCES:

1. Abd Aziz N., Mohd-Rahim F. (2022). A systematic literature review of communication in the construction industry: Gaps and future research agenda. *Journal of Surveying, Construction and Propert*, vol. 13 (Special Issue IBCC), pp. 52–70. DOI: <https://doi.org/10.22452/jscsp.sp2022no1.5>
2. Sarkis J., Cohen M. J., Baldanza J., Dewsnap B. (2020). Supply chain management in the COVID-19 crisis: A review of lessons learned and future directions. *International Journal of Production Economics*, vol. 7, pp. 789–801. Available at: https://pace.edu/sites/default/files/2022-01/lubin-supply-chain-sustainability-learning-from-the-covid-19-pandemic-sarkas_0.pdf (accessed 10.11.2025).
3. Malik S. (2021). Exploring the relationship between communication and success of construction projects: The mediating role of conflict. *Sustainability*, no. 13(8), pp. 45–53. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13084513>
4. Pratap S., Jauhar S. K., Gunasekaran A., Kamble S. S. (2024). Optimizing the IoT and big data embedded smart supply chains for sustainable performance. *Computers & Industrial Engineering*, vol. 187, pp. 561–580. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cie.2023.109828>
5. Angelov O.O. (2025). Zmist ta skladovi rozvytku kapitalnoho budivnytstva v silskii mistsevoli [Content and components of capital construction development in rural areas]. *Upravlinnia proiekty: proiektnyi pidkhid v suchasnomu menedzhmenti: materialy XVI Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (Odesa: ODABA)* (pp. 66–69). Available at: <https://drive.google.com/file/d/1sNd2RqhpcBTWSpS7RXefhmSW0eVYlnGr/view> (accessed 10.11.2025). (in Ukrainian)
6. Voitenkov A. V. (2025). Upravlinnia proiektoom optymizatsii lantsiuhiv postachan dlia pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Supply chain optimization project management to increase the competitiveness of the enterprise]. *Upravlinnia proiekty: proiektnyi pidkhid v suchasnomu menedzhmenti: materialy XVI Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (Odesa: ODABA)* (pp. 78–80). Available at: <https://drive.google.com/file/d/1sNd2RqhpcBTWSpS7RXefhmSW0eVYlnGr/view> (accessed 10.11.2025). (in Ukrainian)
7. Mollenkopf D. A., Peinkofer S. T., Chu Y. (2022). Supply chain transparency: Consumer reactions to incongruent signals. *Journal of Operations Management*, vol. 68(4), pp. 306–327. DOI: <https://doi.org/10.1002/joom.1180>. (in English)
8. Milcheva V., Yevtushevska O., Antonyuk Y., Matuzny O., Koryahin O. (2025). Formuvannia spozhyvchoi loialnosti u tsysrovomu marketynhu pidpriemstva: povedinkovo-ekonomichnyi pidkhid [Building consumer loyalty in digital marketing of an enterprise: a behavioral economic approach]. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, vol. 346(5), pp. 586–590. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-346-5-84> (in Ukrainian)
9. Hassan M. M., Gamil M. B., Amin M. I. K. M. (2022). Causes and effects of poor communication in the construction industry: A structural equation modeling approach. *Journal of Civil Engineering and Management*, vol. 28(5), pp. 330–354. DOI: <https://doi.org/10.3846/jcem.2022.16728>
10. Palamarchuk O., Petryshyna S. (2023). Budivelna haluz Ukrainy: stan ta prohnozy [Construction industry of Ukraine: status and forecasts]. *Economy and society*, vol. 51, pp. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-45> (accessed 10.11.2025). (in Ukrainian)
11. Palamarchuk O., Petryshyna, S. (2023). Analiz faktoriv konkurentospromozhnosti budivelnykh pidpriemstv Ukrainy [Analysis of competitiveness factors of construction enterprises in Ukraine]. *Economy and society*, vol. 57, pp. 99–107. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-99> (in Ukrainian)
12. Kolesnik A. V., Butenko O. P. (2024). Analiz stanu ta tendentsii rozvytku rynku budivelnykh materialiv Ukrain [Analysis of the state and development trends of the Ukrainian building materials market]. *Bulletin of Transport and Industry Economics*, vol. 64, pp. 1–11. DOI: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i64.149930> (in Ukrainian)
13. State Statistics Service of Ukraine. (2025). Ochikuvannia budivelnykh pidpriemstv shchodo perspektiv rozvytku yikh dilovoi aktivnosti [Expectations of construction companies regarding the prospects for the development of their business activity] Available at: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2024/fin/rp/bud/bud_IVkv_2025_u.pdf (accessed 10.11.2025). (in Ukrainian)
14. Kapral O., Sekretar I. (2025). Zmistovni kharakterystyky ekonomichnoi bezpeky budivelnykh pidpriemstv [Meaningful characteristics of the economic security of construction enterprises]. *Economy and society*, vol. 74, pp. 1–6. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-6>. (in Ukrainian)
15. Dmytrenko V. I. (2020). Problemy ta perspektivy rozvytku pidpriemstv budivelnoi haluzi [Problems and prospects for the development of construction industry enterprises]. *Academic notes of KROK University*, vol.2(58), pp. 120–127. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-128> (accessed 10.11.2025). (in Ukrainian)

УДК 658.8:658.89

JEL D83, L74, L87, M31

Ажаман Ірина Анатоліївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту і маркетингу, Одеська державна академія будівництва та архітектури. **Окландер Ігор Михайлович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і маркетингу, Одеська державна академія будівництва та архітектури. **Комунікаційні стратегії управління матеріальними потоками у будівництві: взаємозв'язок маркетингу, логістики та довіри споживачів.**

У статті узагальнено теоретичні засади формування комунікаційних стратегій управління матеріальними потоками в будівництві. Показано, що критичним для сучасних логістичних моделей є забезпечення прозорості матеріальних потоків, прискорення часу реагування на потреби. Запропоновано алгоритм розробки та впровадження комунікаційної стратегії для управління матеріальними потоками. Обґрунтовано, що дотримання цього алгоритму забезпечує інтегроване управління інформаційними та матеріальними потоками. Запропоновано пакет заходів щодо оцінки впливу комунікацій на логістичні ризики і поведінку споживачів.

Ключові слова: маркетингові комунікації, логістика, стратегії, споживачі, будівництво, матеріальний потік.

UDC 658.8:658.89

JEL D83, L74, L87, M31

Iryna Azhaman, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management and Marketing, Odesa State Academy of Construction and Architecture. **Ihor Oklander**, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Management and Marketing, Odesa State Academy of Construction and Architecture. **Communication strategies for managing material flows in construction: the relationship between marketing, logistics and consumer trust.**

The article summarizes the theoretical and methodological principles of forming communication strategies for managing material flows in construction. The reasons for ineffective communication are considered (lack of standardized procedures and training, insufficient representation of project stakeholders). It is shown that ensuring transparency of material flows and accelerating response time to needs is critical for modern logistics models. The features of material flows in construction are considered (territorial distribution of sites; instability of the external environment; high labor intensity of logistics operations; significant restrictions on storage and access to materials; need for integration with calendar and network schedules of work). An algorithm for developing and implementing a communication strategy for managing material flows in construction is proposed, covering key stages from planning to control, adjustment and use of modern digital technologies. The stages of implementing a communication strategy in the process of managing material flows at construction enterprises are highlighted. It is substantiated that compliance with this algorithm provides integrated management of information and material flows, which significantly increases the efficiency of construction projects. A package of measures is proposed to assess the impact of rational communications on logistics risks and consumer purchasing behavior: identification and classification of logistics risks; analysis of the existing communication strategy; determination of target segments of consumers and their information needs; collection of data on purchasing behavior and reaction to communications; modeling and assessment of the impact; development of recommendations and adjustment of the communication strategy. It is substantiated that the approach to managing material flows at construction enterprises should be based on digitalization, standardization and integration of logistics with effective communications. The proposed recommendations are aimed at optimizing business processes, reducing costs, increasing competitiveness, and ensuring sustainable development of construction enterprises.

Key words: marketing communications, logistics, strategies, consumers, construction, material flow.