МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

ISSN 3083-6557 print

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Проблеми модернізації України

Випуск 1 (48), 2025

Київ
2025

УДК 330-339; 321.7; 159.9
М58

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 4 від 28.05.2025)

Редакційна колегія:
С. В. Храпатий (голова), д-р фіз.-мат. наук, проф.
І. А. Семенець-Орлова, д-р наук з держ. упр., проф.
Я. М. Раєвська, д-р психол. наук, проф.
С. О. Лисенко, д-р юрид. наук, проф.
А. І. Федосов, д-р мед. наук, проф.
М. І. Зубрицький, д-р. юрид. наук
О. М. Гордієнко, канд. техн. наук
В. І. Меджебель (*Чуєнко*), канд. юрид. наук
Л. М. Крива, канд. істор. наук
І. М. Капеліста (виконавчий редактор), канд. наук з держ. упр.
Є. Я. Черняк

Матеріали подано в авторській редакції.
Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

Міжрегіональна Академія управління персоналом.
М58 Наукові праці МАУП. Проблеми модернізації України / редкол.: С. В. Храпатий (голова) [та ін.]. Вип. 1 (48). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2025. 686 с. Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику висвітлено матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції "Розбудова інноваційних економіки, менеджменту та освіти в умовах нової соціальної реальності" (Київ, Міжрегіональна Академія управління персоналом, 20–22 травня 2025 р.).

Наведено тези доповідей учасників науково-практичної конференції МАУП з проблематики широкого кола аспектів процесу системної модернізації України.

Для науковців, громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави і світовим досвідом проведення модернізаційних процесів.

Видається з 2001 року.
Періодичність: 1 раз на квартал.
Засновник: *ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом".*
УДК 330-339; 321.7; 159.9

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2025

Д. С. Третяк
Вплив емоційного інтелекту менеджера на ефективність рішень у турбулентному середовищі *119*

О. З. Томашівський, Ю. М. Томашевський
Формування та реалізація маркетингової стратегії фірми з врахуванням внутрішніх та зовнішніх факторів *122*

І. О. Кравцова, К. В. Ярошенко
Стратегії цінового стимулювання ювелірних брендів на локальному ринку (на прикладі м. Кременчук) *125*

К. В. Ярошенко, І. О. Кравцова
Аналіз застосування знижок українських ювелірних брендів у м. Кременчук .. *128*

В. В. Жук
Формування стратегії розвитку ІТ-підприємств на основі динаміки конкурентного середовища *130*

Д. О. Халангот, О. О. Бондаренко
Цифрова трансформація як інструмент підвищення національної стійкості: публічне та приватне управління *132*

О. І. Атаманчук
Нематеріальна мотивація працівників та її вплив на продуктивність праці *134*

Д. О. Шевченко
Аналіз впливу на бізнес як ключовий інструмент забезпечення безперервності діяльності організацій в умовах війни та нестабільності *136*

Т. П. Хвесик
Історико-культурний туристичний потенціал Греції, використання для міжнародного туризму *139*

Н. В. Крошка
Механізми взаємодії органів державної влади з органами місцевого самоврядування на регіональному (місцевому) рівні *141*

А. І. Сагач, К. В. Бондаревська
Соціальні ризики на ринку праці: виклики для роботодавців і працівників *143*

Р. В. Хабусєв
Цифрові технології як інструмент удосконалення управління внутрішнім середовищем підприємства *146*

І. І. Костецька, О. В. Ткаченко
Професійна компетентність бухгалтера та кодекс етики аудитора *149*

Г. М. Чернявський
Потенціал компаній з управління активами у забезпеченні інноваційного розвитку економіки *153*

Х. М. Кучерук, М. М. Півнюк
Єврозона: проблеми і перспективи у 2025 році *156*

2. *Багорка М. О., Кадирус І. Г., Кравець О. В.* Розроблення маркетингових конкурентних стратегій підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2021. Вип. 36. С. 11–18.
3. *Берлінг Р.* Підприємництво та менеджмент : посібник. Київ : Ліра-К, 2011. 408 с.
4. *Ващенко А. А.* Організація виробництва в умовах мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування машинобудівних підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. № 3. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4121.
5. *Гавкалова Н. Л., Терещенко Л. В.* Методичний підхід щодо оцінювання ефективності менеджменту персоналу на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2018. № 12. С. 465–470.
6. *Гнатьєва Т. М., Лівінський А. І.* Методологічне забезпечення виробничого потенціалу підприємств аграрного виробництва. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 5. С. 25–31.
7. *Маркіна І. А., Таран-Лала О. М., Яхницька В. П.* Стратегічні аспекти ефективності менеджменту стійким розвитком підприємства в умовах конкурентного бізнес-середовища. *Економіка та держава*. 2021. № 11. С. 24–27.

І. О. КРАВЦОВА
ст. викладач
Придніпровського інституту ПрАТ "ВНЗ "МАУП"
ORCID: 0000-0003-0237-464X

К. В. ЯРОШЕНКО
здобувач Придніпровського інституту ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТРАТЕГІЇ ЦІНОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ЮВЕЛІРНИХ БРЕНДІВ НА ЛОКАЛЬНОМУ РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ м. КРЕМЕНЧУК)

Сегмент ювелірних виробів посідає особливе місце в структурі роздрібної торгівлі, оскільки об'єднує емоційну цінність товару з високою матеріальною вартістю. Цей ринок характеризується підвищеною чутливістю до макроекономічних змін, що зумовлює нестабільність попиту та посилює конкурентну боротьбу між учасниками. За таких умов особливої ваги набуває цінове стимулювання як інструмент впливу на купівельну поведінку споживачів, що дозволяє підтримувати рівень продажів і адаптуватися до ринкових коливань.

Місто Кременчук як типовий регіональний центр із розвиненою інфраструктурою ювелірного ритейлу є репрезентативною моделлю для аналізу особливостей локального ціноутворення в умовах українського ринку.

Актуальність даного дослідження полягає в необхідності глибшого розуміння механізмів цінового стимулювання в сегменті ювелірних виробів на локальному рівні, а також в оцінці стратегій, що застосовуються, з огляду на їхній вплив на ринкове позиціонування суб'єктів господарювання.

У вітчизняній науковій літературі питання цінового стимулювання розглядаються в працях Васютинської Ю., Савченко О., Грекова М., Ільчишена І. та інших експертів [1–4]. Втім, наявні публікації здебільшого концентруються на загальнонаціональних тенденціях або ж аналізують локальні ринки мегаполісів. Регіональні

центри, до яких належить м. Кременчук, залишаються поза увагою науковців, що зумовлює актуальність даного дослідження.

Емпіричну базу дослідження склали результати польового та онлайн моніторингу чотирьох провідних ювелірних брендів, що представлені у м. Кременчук — "Золотий Вік", "Золота Країна", "УкрЗолото" та "Столична Ювелірна Фабрика" — у період з 1 березня по 1 травня 2025 року. Вибірка репрезентує основних гравців регіонального ювелірного ринку, що контролюють, за експертними оцінками, понад 80 % місцевого ринку ювелірних виробів [3–4].

Польове дослідження передбачало систематичне відвідування торговельних точок з інтервалом у 10 днів з фіксацією актуальних цінових пропозицій, знижок та акцій. Онлайн моніторинг здійснювався щоденно з використанням офіційних вебсайтів, мобільних додатків та соціальних мереж досліджуваних ювелірних мереж.

Для забезпечення порівнянності даних було обрано товар-маркер — золотий ланцюжок якірного плетіння масою близько 1 грама. Даний товар присутній в асортименті всіх досліджуваних мереж, має відносно стандартизовані характеристики та належить до базової товарної категорії ювелірних виробів. (таблиця).

Цінова диференціація ювелірних мереж м. Кременчука на прикладі товару-маркера

Ювелірна мережа	**Ціна,** грн	**Маса,** г	**Ціна за 1 г,** грн
"Золотий Вік"	5347	0,97	5512
"Золота Країна"	5173	0,98	5278
"УкрЗолото"	5701	1,08	5278
"Столична Ювелірна Фабрика"	5030	1,01	4980

Отримані дані демонструють чітку цінову диференціацію досліджуваних ювелірних мереж. "Золотий Вік" позиціонується у верхньому ціновому сегменті з вартістю 5512 грн/г. "Золота Країна" та "УкрЗолото" належать до середнього цінового сегменту з ідентичним показником 5278 грн/г. "Столична Ювелірна Фабрика" демонструє найнижчу ціну — 4980 грн/г, що на 9,7 % нижче порівняно з найдорожчою пропозицією.

Зіставлення цінових показників з типологією дисконтних механізмів дозволяє виявити корелятивні зв'язки між ціновим позиціонуванням та стратегіями цінового стимулювання.

На основі комплексного аналізу цінових стратегій та дисконтних механізмів визначено особливості ринкового позиціонування досліджуваних ювелірних мереж.

"Золотий Вік" демонструє найвищу цінову категорію в досліджуваному сегменті, що може бути обумовлено брендовою націнкою, дизайнерськими особливостями, використанням додаткових елементів оздоблення, підвищеною якістю обслуговування чи позиціонуванням ексклюзивності. Дисконтна стратегія мережі характеризується найбільш диверсифікованим підходом: широкий діапазон накопичувальних знижок (5–15 %). Бонусна програма з частковим списанням орієнтована на формування довгострокової лояльності, що відповідає преміальному позиціонуванню бренду.

"Золота Країна" позиціонується в середньому ціновому сегменті та характеризується сучасним стилем, активними маркетинговими акціями та розвиненою онлайн-платформою. Дисконтна стратегія базується на кешбек-механізмі, що забезпечує диференційовану винагороду (2–6 %) за лояльність та стимулює повторні покупки. Можливість 100 % списання бонусів при реєстрації свідчить про орієнтацію

на швидке залучення нових клієнтів та високу конверсію первинних відвідувань у покупки.

“УкрЗолото” також належить до середнього цінового сегменту та демонструє найбільш консервативний підхід до дисконтної політики: найнижчий показник накопичувальної знижки (3 %), відсутність партнерських програм та помірна мотиваційна знижка для нових клієнтів (200 грн). Водночас мережа має унікальну конкурентну перевагу у вигляді весільної програми, що забезпечує їй лідерські позиції в цьому високомаржинальному сегменті.

“Столична Ювелірна Фабрика” демонструє найнижчу цінову категорію з оптимальним співвідношенням “ціна-якість”, що в поєднанні з агресивними акційними пропозиціями забезпечує високу доступність продукції для споживачів. Дисконтна стратегія мережі має виразний акцент на цифрових комунікаціях (промокод у телеграм-боті) та інтеграції з фінансовим сектором (кешбек від Монобанку). Найвищий показник персоналізованої знижки до дня народження (7 %) свідчить про прагнення до емоційного зв’язку з клієнтом.

Отримані результати підтверджують гіпотезу про наявність чіткої кореляції між ціновим позиціонуванням ювелірних мереж та їхніми стратегіями цінового стимулювання. Примітно, що мережі з вищими базовими цінами (“Золотий Вік”) пропонують більш диверсифіковані та гнучкі дисконтні механізми, що частково компенсують цінову премію та розширюють потенційну клієнтську базу. Натомість мережі з нижчими цінами (“Столична Ювелірна Фабрика”) зосереджуються на окремих типах знижок, що підкреслюють їхні конкурентні переваги.

У контексті регіональної специфіки ринку слід відзначити відносно низьку інтенсивність цінової конкуренції на ювелірному ринку м. Кременчука порівняно з мегаполісами. Різниця між найвищою та найнижчою ціною на товар-маркер становить лише 9,7 %, що може свідчити про олігополістичний характер локального ринку та обмежені можливості для цінового маневрування.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні емпіричної бази за рахунок включення інших регіональних центрів України для виявлення локальних особливостей цінових стратегій; дослідженні довгострокових ефектів дисконтних програм на формування лояльності клієнтів та фінансові показники ювелірних мереж.

Джерела

1. *Васютинська Ю. О.* Особливості формування маркетингових стратегій на ринку ювелірних виробів України. *Економіка та підприємництво*. 2024. № 1. С. 132–138.
2. *Савченко, О., & Греков, М.* Ціни та процес ціноутворення: теоретичний аспект. *Development Service Industry Management*, 2024. № 2. С. 70–74. DOI:10.31891/dsim-2024-6(11)
3. Стан ювелірного ринку в Україні. *UA-Retail.com*: вебсайт. Дата оновлення: 15.07.2024. URL: https://ua-retail.com/2024/07/stan-yuvelirnoho-rynku-v-ukrayini/
4. Продаж ювелірних виробів в Україні відновився до 70 % довоєнного. *Interfax-Україна*: вебсайт. Дата оновлення: 26.02.2025. URL: https://interfax.com.ua/news/economic/1051143.html
5. Огляд ювелірного ринку в Україні. 2024. *ProConsulting*. URL: https://pro-consulting.ua/ua/base/analiz-rynka-ukrainy