

УДК 338.4:339.9

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/188-4>**Морозова С.А.**

кандидат економічних наук, доцент,

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0118-3502>**Нагорний Д.В.**

кандидат технічних наук, доцент,

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5961-8580>**Смірнова О.І.**

здобувач магістратури,

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

**Morozova Svitlana, Nagorniy Dmitro, Smirnova Oksana**  
Pridniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture

## ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ДЛЯ ВИРОБНИКІВ ЕКОЛОГІЧНИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

У статті досліджується актуальна науково-практична проблема узагальнення методологічних та прикладних підходів для обґрунтування перспектив виробничої (інвестиційної) інтернаціоналізації для виробників вітчизняних будівельних матеріалів. Особливу увагу приділено інтернаціоналізації українського виробничого бізнесу та обґрунтування типу стратегії інтернаціоналізації в умовах перспективи членства в ЄС, а також викликам будівельної галузі щодо об'єктивного скорочення внутрішнього попиту на продукцію виробників будівельних матеріалів. Доведено, що українським виробничим підприємствам в будівельній сфері відкриваються значні перспективи для реалізації успішних стратегій інтернаціоналізації на європейському ринку; для цього мають бути ретельно обґрунтовані перспективи та деталізовані конкретні проекти стратегії інвестиційної інтернаціоналізації. Для реалізації вітчизняними виробниками екологічних будівельних матеріалів найбільш ефективним методом проникнення на за рубіжні ринки вважається виробництво за кордоном. Автор виділяє три групи відповідних стратегій, визначає основні форми виробничої стратегії інтернаціоналізації, а також узагальнює основні ризики, що можуть виникати в ході реалізації таких стратегій.

**Ключові слова:** інтернаціоналізація, виробничі стратегії, інвестиційна інтернаціоналізація, будівельна індустрія, екологічні будівельні матеріали.

## PROSPECTS OF INVESTMENT INTERNATIONALIZATION FOR MANUFACTURERS OF ECOLOGICAL BUILDING MATERIALS

The article examines the actual scientific and practical problem of generalizing methodological and applied approaches for substantiating the prospects of production (investment) internationalization for manufacturers of building materials. Special attention has been paid to the internationalization of the Ukrainian manufacturing business and the justification of the type of internationalization strategy in terms of the perspective of EU membership, as well as the challenges of the construction industry regarding the objective reduction of domestic demand for the products of manufacturers of building materials. It has been noted that in the conditions of globalization, it is characteristic for sustainable innovative production companies to create branches abroad in those countries where there are the most favorable conditions for the components of the single innovation chain "development of an innovative product-production-market". The author emphasizes that Ukrainian construction exporting enterprises should pay attention to promising directions for occupying the most dynamic niches of the world construction market in the near future; in particular, this applies to technologies and products related to sustainable (green) construction. It has been proven that Ukrainian manufacturing enterprises in the construction sector have significant prospects for the implementation of successful internationalization strategies on the European market; for this, carefully substantiated perspectives and detailed concrete projects of the investment internationalization strategy should be built. For Ukrainian producers of ecological building materials, the most effective method of penetrating foreign markets is considered to be the production abroad. The author singles out three groups of relevant strategies, defines the main forms of the production strategy of internationalization, and also summarizes the main risks that may arise during the implementation of such strategies. Conclusions have been drawn and the nearest prospects for further research in this issue have been determined.

**Keywords:** internationalization, production strategies, investment internationalization, building industry, ecological building materials.

**JEL Classification:** D29, F20, F23, F41

**Постановка проблеми.** В умовах об'єктивного згорання економічної активності в Україні внаслідок активної фази воєнної агресії РФ, вітчизняний бізнес стикається з необхідністю пошуку нових перспективних ринків за кордоном і відповідно розробки та впровадження конкретних адекватних стратегій інтернаці-

оналізації. Найбільш складними є відповідні завдання для виробничих підприємств, особливо якщо мова йде про інвестиційні стратегії, тобто вихід на зовнішні ринки з власною виробничою діяльністю. Такі завдання можуть бути вирішені лише для інноваційних унікальних продуктів, зокрема щодо підприємств

будівельної індустрії – для екологічних, енергозберігаючих продуктів тощо. Особливості методологічних та прикладних підходів для обґрунтування перспектив виробничої (інвестиційної) інтернаціоналізації для виробників вітчизняних будівельних матеріалів є актуальним науково-практичним завданням.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми формування і функціонування міжнародних інвестиційних стратегій виробничих підприємств, в т.ч. будівельної індустрії, як основи системи управління зовнішньоекономічної діяльності на рівні держави, регіонів, окремих підприємств досліджувались в працях таких науковців, як Гонга О. [1], Орловська Ю. [2], Ільчук П. [3], Набатова О. [4], Чала В. [5], Далик В. [6], Коломієць І. [7] та інших. Втім, зважаючи на сучасний стан європейського попиту на екологічну продукцію та воєнно-політичні фактори розвитку вітчизняного бізнесу, особливо щодо інноваційних екологічних продуктів, такі науково-практичні питання як особливості інтернаціоналізації виробничого бізнесу в умовах перспективи членства в ЄС, виклики будівельної галузі щодо об'єктивного скорочення внутрішнього попиту на продукцію виробників будівельних матеріалів, обґрунтування типу стратегії інтернаціоналізації та подібні інші питання потребують більш детального дослідження.

**Метою роботи** є узагальнення науково-практичних підходів щодо обґрунтування перспектив виробничої (інвестиційної) інтернаціоналізації для виробничих підприємств будівельної індустрії.

**Виклад основних результатів дослідження.** Необхідно аналізувати інтернаціоналізацію бізнес-діяльності, враховуючи вплив економічної глобалізації на умови, перешкоди та перспективи виходу підприємств за межі національних кордонів. Це особливо актуально для компаній, які розробляють та реалізують інноваційні продукти на міжнародних ринках. Такі компанії зазвичай працюють над кількома видами інноваційної продукції, спрямованої на закордонного споживача (стратегія диференціації) з метою зайняття стійкої позиції на світовому ринку. У зв'язку з економічною глобалізацією для цих компаній характерно створення філій за кордоном в країнах з найбільш сприятливими умовами для різних етапів інноваційного ланцюга "розробка інноваційного продукту-виробництво-ринок".

В умовах соціально-економічних наслідків воєнної агресії росії проти України багато вітчизняних підприємств, конкурентними перевагами яких зазвичай були саме інноваційні продукти, стикаються з проблемами розширення (і навіть утримання) бізнесу в Україні і воліють впроваджувати стратегії інвестиційної інтернаціоналізації як з метою короткотермінового «виживання» на відповідних ринках продукції, так і з довгостроковою метою закріплення та розвитку на закордонних ринках за рахунок стратегії розвитку ринку (в термінах матриці Ансоффа).

До таких підприємств належать виробники будівельних матеріалів, особливо екологічних, енергозберігаючих матеріалів. Основним споживачем продукції такого бізнесу є будівельна галузь в цілому; щодо неї – потенціал будівельної галузі в останні роки був досить нестабільним, а після 24 лютого 2022 року обсяги виробництва нової будівельної кінцевої продукції суттєво зменшилися. І хоча потенційний попит на

будівельні проекти відновлення, повоєнної відбудови є великим, однак для теперішнього стану виробників будівельних матеріалів питання їхнього «виживання» та розвитку є завданням сьогодення.

Важливо відзначити, що використання зовнішніх факторів у контексті глибокої економічної глобалізації суттєво впливає на підвищення ефективності та розширення господарської діяльності, зокрема міжнародної, у будівельному секторі, який є одним із ключових секторів національної економіки. Розвиток інтернаціоналізації будівельного ринку є необхідним процесом, особливо в умовах європейської інтеграції України. Подальший стратегічний розвиток має сприяти збільшенню виробництва у будівельній галузі, дозволити компаніям спеціалізуватися, збільшувати інтенсивність досліджень, розробок і впровадження інновацій у свою продукцію, а також сприяти конкуренції нових компаній з вже визнаними лідерами, особливо на ринках Європейського союзу.

Автори Чала В., Дятлова Н., Кучін І. зазначають, що «існує дуже мала кількість українських будівельних компаній, які працюють за кордоном. Прояви інтернаціоналізації галузі пов'язані переважно з роботою закордонних будівельних компаній в Україні; при цьому іноземним компаніям в Україні надають послуги лише як вузько-направлені спеціалісти, коли об'єкт вимагає відповідної кваліфікації, чи як консультанти та спостерігачі за виконанням нормативів» [8]. Проте для більш повного розуміння картини слід обов'язково розглядати будівельну галузь не тільки як підрядників, виконуючих фізичну та механізовану роботу, але й як систему розумової праці архітекторів, конструкторів, технологів, проектувальників, виробничої діяльності підприємств – виробників будівельних матеріалів тощо.

Українським будівельним підприємствам-експортерам варто звернути увагу на перспективні напрямки для успішного та випереджаючого зайняття найдинамічніших ніш світового будівельного ринку в найближчому майбутньому. Наприклад, у європейських державах у перспективі наступні 30 років продовжуватиметься розвиток політики орієнтованості на зелені технології, екологічне будівництво, тому найкращим напрямком для інвестування будуть технології, пов'язані зі сталим (зеленим) будівництвом.

Так, сфера будівництва, яка володіє найбільшим потенціалом енергозбереження і є одним з основних споживачів енергоресурсів, давно постала перед проблемою найбільш раціонального їх використання як на етапі виробництва різних будівельних матеріалів, так і експлуатації завершених будівельних об'єктів різного функціонального призначення.

За статистикою, приведеною Радою зеленого будівництва (GBC) на сьогодні будівлі всього світу використовують близько 40% усієї споживаної первинної енергії, 67% усієї електрики, 40% усієї сировини і 14% усіх запасів питної води, а також роблять 35% усіх викидів вуглекислого газу і майже 50% усіх твердих побутових відходів. Прогнозується, що глобальне будівництво зросте на 6,6% у 2025 році та на 42% до 2030 року. З цим зростанням зростає ризик забруднення та утворення відходів. Тимчасом світовий фонд будівель внаслідок прогнозованого збільшення населення планети може зрости до 2050 року на 90% [7].

Паризька конференція ООН з питань клімату визнала «виробництво будівель» ключовим сектором, без радикальних змін у якому скоротити до 2050 року глобальні викиди вуглецю на заплановані 60% порівняно з 2012 роком буде неможливо. Єврокомісія має таку саму думку. І тому стаття 9 директиви ЄС про енергетичне функціонування будівель «вимагає від країн-членів забезпечити перехід будівельної галузі на обов'язковий стандарт «будівля з майже нульовим споживанням енергії». Для нових житлових будівель ця вимога почала діяти з 31 грудня 2020 року, для громадських – з 31 грудня 2018 року».

Водночас виникає нова проблема – у вигляді енергії, яка використовується *під час виробництва будматеріалів*, їх транспортуванні та в процесі знесення споруд. Вуглецевий слід за період функціонування об'єкту (у середньому 60 років) становить 75%. За розрахунками Architecture 2030, на нове будівництво щорічно припадає близько 3,7 млрд метричних тонн парникових газів, що еквівалентно річним викидам від 950 вугільних електростанцій. Як зазначається, на бетон, сталь і алюміній, тобто матеріали, які найчастіше використовують у будівництві, припадає 23% глобальних викидів [7].

Будівельна галузь, згідно з оцінками Європейської комісії, є однією з найважливіших для економіки ЄС. На офіційному сайті ЄС прямо зазначено, що «будівельні послуги відіграють ключову роль в економіці, адже цей сектор забезпечує 18 млн робочих місць (7,3% зайнятості в ЄС), а будівельні роботи становлять 6,1% ВВП Європейського Союзу» [9].

Щодо вітчизняних значень розвитку будівництва, слід зазначити, що український будівельний ринок в довоєнний період також в цілому демонстрував тенденцію до поступового збільшення продажів будівельної продукції на період 2014–2019 років (але в недостатній кількості, щоб збільшити відсоткове значення в структурі ВВП України та збільшення його розмірів). Ці тенденції важливі для аналізу, бо *попит на будівельні матеріали* формується в першу чергу на вітчизняному ринку виробників будівельних послуг. В подальшому, у 2020 та 2021 роках, також спостерігався приріст обсягів будівельних робіт та будівельних об'єктів, введених в експлуатацію (рис. 1 та рис. 2).

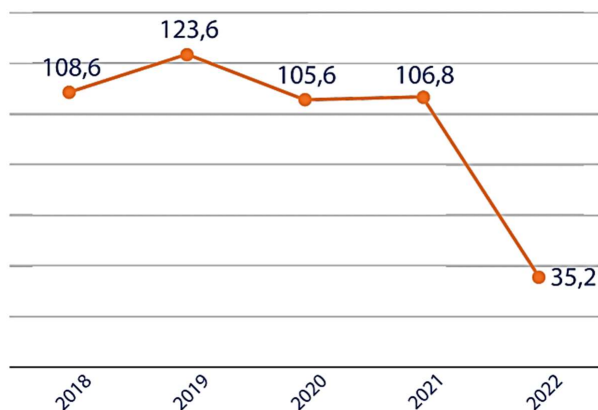


Рис. 1. Індекси будівельної продукції, % до попереднього року

Джерело: [10]

На жаль, позитивні тенденції зупинили повномасштабні воєнні дії РФ проти України. Офіційні джерела державної статистики України свідчать, що у 2022 році обсяг виробленої будівельної продукції становив 114 943,8 млн грн, з них: будівлі – 43,6% (або 50 172,5 млн грн); інженерні споруди – 56,4% (або 64 771,3 млн грн). Динаміка абсолютних та відносних показників виглядає очікувано: після чотирирічного зростання – суттєвий обвал (див. рис. 1).

В цілому за роки незалежності динаміка розвитку будівництва в Україні представлена даними на рис. 3.

Стійкі прирости виробництва (значення індексу більші за 100%) спостерігалися після 1999 року (закінчення економічної кризи після розпаду радянського союзу), в 2011 році (по закінченню світової фінансової кризи) та в період 2016 – 2020 років. Власне, 30-річна динаміка демонструє суттєву залежність розвитку будівництва від зовнішніх шоків, криз, особливо пов'язаних з фінансовими потоками як джерелом капітальних вкладень – прямого інвестування задля оновлення фондів (капітальних інвестицій).

Необхідність розвитку сфери будівельних послуг зумовлюється як потребою в нових будівлях та інфраструктурі, так і загальним сприянням економічному зростанню, створенням нових позицій на ринку праці, інноваційним пошуком в напрямі розв'язання соціальних, енергетичних, кліматичних проблем, які здатна вирішити розвинена у сталому напрямі будівельна галузь. Зазначене робить очевидним першочергове значення будівельного сектору у справі досягнення раціонального, інклюзивного та сталого (зеленого, екологічного) зростання і відповідного позитивного внеску в досягнення Глобальних цілей сталого (*sustainable*) розвитку.

Виходячи з цього, українським виробничим підприємствам в будівельній сфері відкриваються значні перспективи для реалізації успішних стратегій інтернаціоналізації на європейському ринку; для цього мають бути ретельно обґрунтовані перспективи та деталізовані конкретні проекти визначеної стратегії інтернаціоналізації. Зокрема необхідно враховувати стратегію виробництва продукції для зарубіжного ринку на основі визначення ефективності вкладення інвестицій у виробничий процес. Стратегія виробництва розробляється з урахуванням найбільш ефективного інвесту-

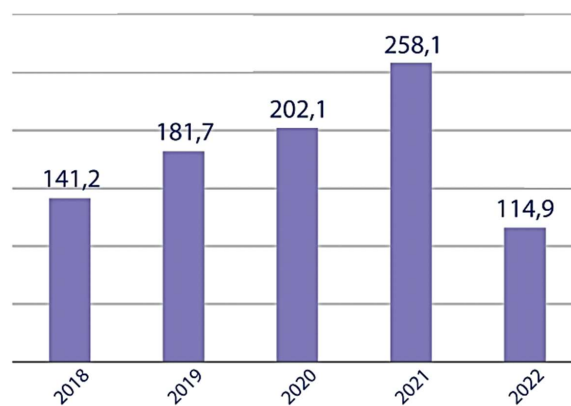


Рис. 2. Обсяги виробленої будівельної продукції, млрд грн

Джерело: [10]

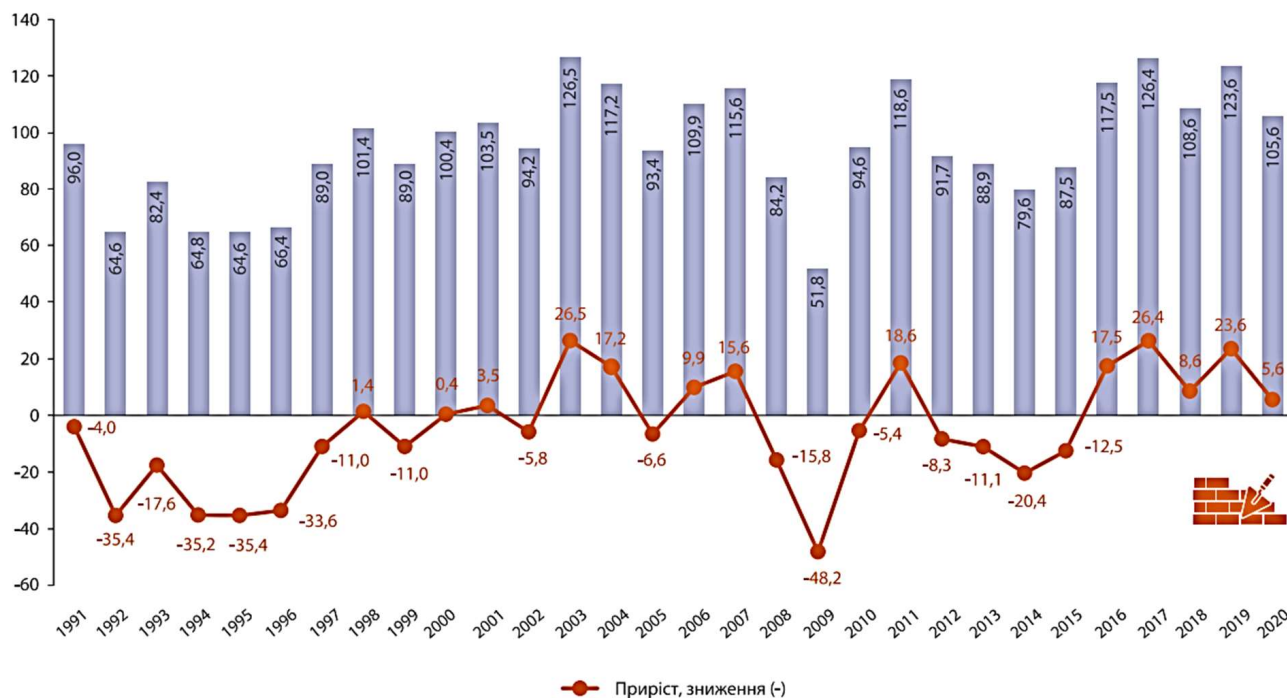


Рис. 3. Індеси будівельної продукції за 30 років незалежності України

Джерело: [11]

вання проектів (стратегія виходу на зовнішній ринок), реалізація яких забезпечить випуск нової продукції та її просування на світових ринках в умовах глобалізації.

Зазначимо, що досить часто поняття «інтернаціоналізація» та «глобалізація» ототожнюються. Так, Епштейн Е. зазначає, що «поняття «глобалізація» та «інтернаціоналізація» часто вживаються як синоніми, вказуючи на зростаючий взаємозв'язок і взаємозалежність суб'єктів господарювання всього світу» [12]. Таку ж саму думку висловлює Гонта О., коли визначає поняття «інтернаціоналізація» «як чинник глобалізації, тобто силу, що зумовлює глобалізаційні процеси» [1].

Ільчук П. узагальнює такі визначення інтернаціоналізації як «тенденцію інтенсивного розвитку зовнішніх зв'язків і взаємодій», як «процес еволюції міжнародних економічних зв'язків на базі міжнародного поділу праці, що виявляється у розвитку міжнародної торгівлі та формуванні міжнародної власності, як основи переходу до вищого рівня економічної взаємодії держав»; як «вихід чогось суто внутрішнього за первинні межі або об'єднання дій декількох суб'єктів світової економіки й політики довкола загальних для них завдань, цілей, видів діяльності» тощо [3].

Щодо мікрорівня, категорія «інтернаціоналізація підприємств» розуміється як «розширення та/або перенесення діяльності підприємства за межі ринку базування (національного) на зарубіжні ринки». Очевидно, що така діяльність потребує відповідної стратегії як сукупності дій та заходів щодо діяльності підприємства на зарубіжних ринках.

На думку Коломієць І.Ф. [7], стратегію інтернаціоналізації визначають «вибір способу діяльності підприємства в міжнародному оточенні при формуванні та адаптації його зв'язків до цього оточення та формування внутрішньої структури і процесів».

Вибір концепції стратегічної орієнтації інтернаціоналізації можна визначити як комплексний процес прийняття рішень, який характеризується взаємовпливом між його змінними. Взаємодія чинників зовнішнього оточення та особливостей самого підприємства в кожному конкретному випадку є основою прийняття рішень, які б відповідали критеріям узгодження можливостей підприємства і обраною ним стратегічною орієнтацією. Тип обраної стратегічної орієнтації буде мати істотний вплив на інші елементи стратегії інтернаціоналізації.

Для реалізації вітчизняними виробниками екологічних будівельних матеріалів найбільш ефективним методом проникнення на зарубіжні ринки вважається *виробництво за кордоном* у вигляді: 1) зборки готових виробів з частин і вузлів, виготовлених в країні розташування фірми; 2) контрактів на виробництво з місцевим виробником; 3) ліцензійних угод з місцевим виробником; 4) створення спільних підприємств; 5) прямого інвестування (покупки або створення абсолютно нового підприємства) тощо.

В узагальненому вигляді виділяють три групи стратегій інтернаціоналізації [13], що мають різні стратегічні цілі, передбачають різну конфігурацію (концентрацію або диверсифікацію) бізнесу, швидкість виходу на зовнішні ринки, різні рівні контролю, участі, ризику та гнучкості, забезпечують різні можливості щодо набуття знань та досвіду міжнародної діяльності:

1) торговельні (експортні) – виробництво товарів і послуг на внутрішньому ринку та експорт на зовнішні ринки;

2) кооперативні (контрактні, договірні) – перенесення виробництва на закордонний ринок на підставі угоди з незалежною місцевою компанією (контрактне виробництво, ліцензування, франчайзинг, контракти на управління, спільне підприємство тощо);

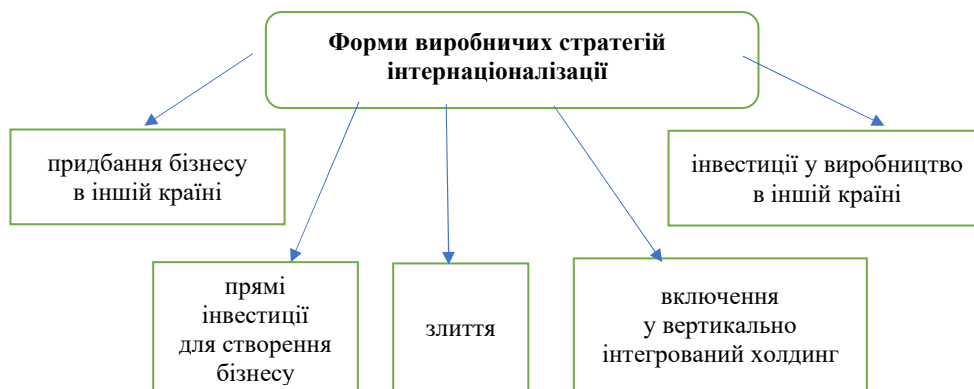


Рис. 4. Основні форми виробничої стратегії інтернаціоналізації

Джерело: авторська розробка

3) ієрархічні (інвестиційні) – виробництво товарів і послуг на закордонному ринку, що здійснюється фірмою; в структуру останньої також може входити міжнародна компанія.

Вихід конкретної фірми на ринки іншої держави залежить від досвіду міжнародної діяльності компанії, її цілей і завдань і може приймати самі різні форми (рис. 4): придбання бізнесу в іншій країні; інвестиції у виробництво в іншій країні; прямі інвестиції для створення бізнесу; злиття; включення у вертикально інтегрований холдинг.

В той же час, розробляючи конкретну стратегію інвестиційної (виробничої) інтернаціоналізації, вітчизняні виробники екологічних будівельних матеріалів повинні особливо враховувати:

1) основні економічні (ринкові) показники країни-партнера по бізнесу, стан попиту і пропозиції на найбільш важливих ринках; рівень цін; реальну і потенційну місткість ринків; їх доступність; стан і структуру конкуренції; реальних і потенційних конкурентів на ринках цієї країни; характер бізнес-мережі; вимоги до якості і безпеки товару, організації маркетингу та ін.;

2) політичну обстановку в країні-партнерові, міра стабільності і передбачуваності її зовнішньої політики.

Це пов'язано з тим, що підприємницька діяльність за кордоном пов'язана з багатьма ризиками, пов'язаними саме з політичними чинниками. Серед них виділяються: ризик втрати власності у разі націоналізації; ризик втрати інвестицій іноземними інвесторами при введенні обмежень на зовнішньоекономічну діяльність і економічні зв'язки з іноземними партнерами; ризик обмеження доступу на ринок; ризик введення обов'язкових преференцій, тобто створення підприємств зі встановленою часткою національного і

закордонного капіталу; ризик невиконання зобов'язань з боку партнера з незалежних від нього причин.

Крім того, існують ризики 1) невідповідності (неможливості швидко і без втрат перебудуватися при змінах в соціально-політичній системі або в умовах державного регулювання економіки); 2) валютний, фінансовий і банківський ризик; 3) ризик зовнішньоекономічної конкурентної політики держави. Останнє зазвичай пов'язане з підтримкою національного товаровиробника в його прагненнях вийти на міжнародні ринки. Для цього, як правило, використовуються кредитні і фінансові інструменти.

**Висновки.** Розробка стратегії інвестиційної інтернаціоналізації є комплексною актуальною проблемою, адже нові виклики і проблеми здійснення зовнішньоекономічної діяльності потребують принципово нових стандартів, методів та етапів організації ведення міжнародного бізнесу. Необхідною умовою зростання міжнародної конкурентоспроможності вітчизняної будівельної індустрії та економіки в цілому і відповідне визнання України у всіх сферах політичного і соціально-економічного життя світового співтовариства є формування адекватної теперішній воєнній ситуації стратегії виходу вітчизняних виробничих підприємств на зовнішній ринок та максимальна підтримка державою реалізації таких стратегій. Щодо будівельної сфери, крім прикладних аспектів побудови відповідної інвестиційної стратегії інтернаціоналізації, не менш важливими залишаються питання удосконалення теоретичних засад управління підприємствами будівельної індустрії у зв'язку із збільшенням рівня інтернаціоналізації їхньої діяльності, а також врахування нових чинників, вплив яких проявляється під час інтернаціоналізації виробничої діяльності, що повинно бути предметом наших подальших досліджень в цій сфері.

#### Список використаних джерел:

1. Гонта О.І. Теоретичні підходи до регіоналізму в умовах глобалізації *Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. Сборник научных трудов*. 2007. Вип. 1. С. 154–160.
2. Орловська Ю.В. Методологія стратегічного управління інвестиціями в регіональний розвиток: Дис... д-ра екон. наук: 08.10. 01. Розвиток продуктивних сил та регіональна економіка. Київ, 2004.
3. Ільчук П.Г. Узагальнення та класифікація теорій інтернаціоналізації підприємств *Економіка Менеджмент Підприємства*. 2013. № 25 (II). С. 56–69.
4. Набагова О.О. Стратегії інтернаціоналізації малого та середнього бізнесу в Україні. *Економічна теорія та право*. 2017. № 3 (30). С. 21–33.

5. Чала В.С., Орловська Ю.В., Глущенко А.В. Європейські практики інвестування зеленого будівництва: підручник. 2023. 148 с. URL: <https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2023/05/pidruchnyk-YEPIZB.pdf>
6. Далик В., Запісоцький І. Експортний потенціал будівельної індустрії України *Академічні візії*. 2023. Випуск 21.
7. Коломієць І.Ф. Стратегія інтернаціоналізації в умовах глобалізації *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2006. Вип. 16.2. С. 313–319.
8. Чала В.С., Дятлова Н.В., Кучин І.О. Інтернаціоналізація будівельної галузі України: сучасний стан та перспективи. *Економічний простір*. 2021. № 176. С. 48–52.
9. Construction sector. European Commission: An official website of the European Union. URL: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/construction\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/construction_en)
10. Будівництво. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/pro\\_stat/Prosto/bud/bud.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/pro_stat/Prosto/bud/bud.htm)
11. Україна в цифрах: 30 років незалежності. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2021/nezalegn\\_30/nezalegn\\_30.pdf](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2021/nezalegn_30/nezalegn_30.pdf)
12. Epstein E. H. Globalization of Education. *Encyclopedia of Education*. 2003. Vol. 3, pp. 936–940.
13. Hollensen, S. *Global marketing*. Edinburgh, 2007. Pearson Education.

### References:

1. Gonta O. (2007) Teoretichni pidhody do regionalizmu v umovah globalizatsii [Theoretical approaches to regionalism in the conditions of globalization]. *Problems of development of foreign economic ties and attraction of foreign investments: regional aspect. Collection of scientific works*, vol. 1, pp. 154–160.
2. Orlovska Yu. (2004) *Metodologia strategichnogo upravlinna investitsiami v regionalnyi rozvitok* [Methodology of strategic management of investments in regional development]: Diss... Dr. Econ. Sciences: 08.10.01. Development of productive forces and regional economy. Kyiv.
3. Ichuk P. (2013) Uzagalnenna ta klasifikatsia teoriy internatsionalizatsii pidpriemstv [Generalization and classification of theories of internationalization of enterprises]. *Economics Management Entrepreneurship*, no. 25 (II), pp. 56–69.
4. Nabatova O. (2017) Strategii internatsionalizatsii malogo ta seredniogo biznesu v Ukraini [Strategies of internationalization of small and medium-sized businesses in Ukraine]. *Economic theory and law*, no. 3 (30), pp. 21–33.
5. Chala V., Orlovska Yu., Glushchenko A. (2023) *Evropeiski praktiki investuvannia zelenogo budivnitstva: pidrychnik* [European Green Building Investment Practices: Textbook]. 148 p. Available at: <https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2023/05/pidruchnyk-YEPIZB.pdf>
6. Dalyk V., Zapisotskyi I. (2023) Exportnyi potentsial budivelnoi industrii Ukraini [Export potential of the construction industry of Ukraine]. *Academic visions*, issue 21.
7. Kolomiets I. (2006) Strategia internatsionalizatsii v umovah globalizatsii [The strategy of internationalization in the conditions of globalization]. *Scientific Bulletin of the National Forestry University of Ukraine*, issue 16.2, pp. 313–319.
8. Chala V., Dyatlova N., Kuchyn I. (2021) Internatsionalizatsia budivelnoi galuzi Ukraini: suchasnyi stan ta perspektivi [Internationalization of the construction industry of Ukraine: current state and prospects]. *Economic scope*, no. 176, pp. 48–52.
9. Construction sector. European Commission: An official website of the European Union. Available at: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/construction\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/construction_en)
10. Budivnitstvo [Construction]. Available at: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/pro\\_stat/Prosto/bud/bud.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/pro_stat/Prosto/bud/bud.htm)
11. Ukraina v tsifrah: 30 rokiv nezalegnosti [Ukraine in numbers: 30 years of independence]. Available at: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2021/nezalegn\\_30/nezalegn\\_30.pdf](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2021/nezalegn_30/nezalegn_30.pdf)
12. Epstein E.H. (2003) Globalization of Education. *Encyclopedia of Education*, vol. 3, pp. 936–940.
13. Hollensen S. (2007) *Global marketing*. Edinburgh, Pearson Education.