УДК 332.711

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТИВНОСТІ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ БУДІВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ

Роман Сліпченко,
аспірант
Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

У сучасних умовах динамічного розвитку будівельної галузі та значних економічних викликів, зумовлених зростанням конкуренції та нестабільністю ринку, особливої актуальності набуває проблема забезпечення економічної адаптивності девелоперських будівельних компаній. Трансформаційні процеси в економіці України вимагають від будівельних підприємств розробки та впровадження ефективних маркетингових стратегій, які забезпечать їх стійкість та конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Маркетингова складова стає ключовим фактором успішної адаптації девелоперських компаній до мінливих умов ринкового середовища, особливо в період економічних трансформацій. Ринок будівництва, як один із найбільш динамічних секторів економіки, потребує постійного оновлення підходів до позиціонування та просування продуктів і послуг.

Економічна адаптивність девелоперських будівельних компаній безпосередньо залежить від впровадження інноваційних маркетингових підходів та синергетичних аспектів формування економічних параметрів будівельних структур. Синергетичний підхід до організації бізнес-процесів дозволяє забезпечити ефективну взаємодію всіх складових діяльності будівельних підприємств та створити додаткові конкурентні переваги в умовах ринку.

Значна увага має приділятися стратегічним напрямам інноваційної діяльності та адаптації інноваційних стратегій до сучасних викликів, включаючи вплив зовнішніх факторів та міжнародну експансію бізнесу. Для забезпечення конкурентоспроможності будівельних підприємств важливо орієнтуватися на модель сталого розвитку, що включає економічну, соціальну та екологічну складові.

У дослідженні розглядаються теоретичні підходи до організації, управління та економічної оцінки технологічних процесів у будівельному виробництві, які формують основу для розробки ефективних маркетингових стратегій. Розуміння технологічних особливостей будівельного процесу дозволяє виділити унікальні конкурентні переваги та сформувати ціннісну пропозицію, що відповідає потребам цільової аудиторії.

Важливим елементом маркетингової стратегії девелоперських компаній стає клієнтоорієнтований підхід, що передбачає глибоке розуміння потреб та очікувань потенційних покупців та інвесторів. Сегментація ринку та розробка спеціалізованих пропозицій для різних категорій клієнтів дозволяє максимально ефективно використовувати маркетингові ресурси та досягати

цільових показників продажів навіть в умовах економічної невизначеності [2, с. 304].

Сучасні тенденції розвитку будівельної галузі характеризуються активним впровадженням цифрових технологій, автоматизації та інноваційного менеджменту, що суттєво трансформує маркетингові підходи девелоперських компаній. Використання цифрових платформ, BIM-моделювання та геоінформаційних систем значно покращує процеси проектування, будівництва та управління нерухомістю, підвищуючи їхню маркетингову привабливість.

Формування інноваційної системи в девелопменті передбачає інтеграцію новітніх технологій на всіх етапах життєвого циклу проєкту, що створює додаткову цінність для клієнтів. Така інтеграція дозволяє не лише оптимізувати будівельні процеси, але й формувати маркетингові переваги, засновані на інноваційності та технологічності пропозиції на ринку нерухомості.

Особливої ваги набуває залучення внутрішніх і зовнішніх ресурсів для розробки та реалізації інноваційних маркетингових рішень [5, с. 345-362]. Ефективне використання ресурсного потенціалу дозволяє девелоперським компаніям створювати унікальні продукти та послуги, що виділяють їх серед конкурентів та забезпечують стійкі ринкові позиції.

Застосування модульного будівництва, енергоефективних матеріалів та автоматизації процесів не лише сприяє зниженню витрат і підвищенню точності виконання робіт, але й формує унікальну маркетингову пропозицію [1]. Ці технологічні рішення стають важливими елементами маркетингової стратегії, що відповідає зростаючому запиту споживачів на екологічність та інноваційність.

Інтеграція цифрового маркетингу в загальну стратегію девелоперських компаній відкриває нові можливості для взаємодії з потенційними клієнтами та партнерами. Використання віртуальних турів, 3D-візуалізації об’єктів та персоналізованих цифрових комунікацій значно розширює маркетинговий інструментарій та дозволяє ефективно будувати відносини з цільовою аудиторією на всіх етапах прийняття рішення про купівлю.

В умовах економічних трансформацій, включаючи зростання вартості будівельних матеріалів, впровадження сучасних підходів до управління будівельними проєктами, зокрема Agile-методології, дозволяє девелоперським компаніям швидко адаптуватися до змін ринкового середовища та ефективно позиціонувати свої послуги. Гнучкість у прийнятті рішень та можливість швидкого реагування на зміни стають важливими конкурентними перевагами в сучасних умовах [3].

Маркетингова стратегія девелоперських компаній має враховувати також зростаючий вплив економічного середовища на конкурентоспроможність підприємств та необхідність впровадження енергозберігаючих технологій. Ці фактори формують не лише операційні аспекти діяльності, але й впливають на позиціонування компаній на ринку та їхнє сприйняття цільовою аудиторією.

Розвиток репутаційного менеджменту стає ключовим елементом маркетингової стратегії девелоперських компаній в умовах зростаючої

інформаційної прозорості ринку. Формування позитивного іміджу надійного забудовника, дотримання термінів будівництва та забезпечення високої якості об'єктів нерухомості дозволяють створити довгострокові відносини з клієнтами та забезпечити сталий розвиток компанії навіть у періоди економічної нестабільності.

Акцент на інноваційних складових підвищення ефективності будівельних підприємств дозволяє формувати маркетингові комунікації, спрямовані на демонстрацію переваг, які отримують клієнти завдяки використанню передових технологій та підходів. Такі комунікації сприяють формуванню іміджу прогресивної компанії, що готова до викликів сучасного ринку [4, с. 273].

Аналіз впливу зовнішніх факторів, включаючи наслідки війни, на діяльність будівельних підприємств дозволяє розробляти маркетингові стратегії, що враховують поточні реалії та забезпечують адаптивність компаній до нестандартних ситуацій. Здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища стає важливою маркетинговою перевагою в умовах невизначеності.

Отже, дослідження маркетингових аспектів забезпечення економічної адаптивності девелоперських будівельних компаній підкреслює важливість інтеграції інноваційних технологій та маркетингових стратегій у загальну систему управління. Впровадження цифрових рішень, BIM-моделювання та енергоефективних технологій створює нові маркетингові можливості та підвищує конкурентоспроможність компаній на ринку. Синергетичний підхід до організації бізнес-процесів, поєднаний з інноваційними маркетинговими стратегіями, забезпечує стійкий розвиток девелоперських підприємств навіть в умовах економічної нестабільності. Важливо зазначити, що маркетингові аспекти адаптивності мають враховувати не лише економічні, але й соціальні та екологічні фактори, що відповідає сучасній концепції сталого розвитку. Результати дослідження можуть служити основою для розробки ефективних маркетингових стратегій девелоперських будівельних компаній, спрямованих на підвищення їх економічної адаптивності та забезпечення стійких конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Асамоах-Черемех Д. Маркетингові інструменти забезпечення економічної безпеки підприємства: сутність та класифікація. URL: https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/26a7867d-7785-4774-80b6-ce2f647cf316/content (Дата звернення: 01.04.2025).

2. Галунка О., Бєлєнкова О., Локтіонова Я. Інновації як імпет структурно-функціональних трансформацій взаємовідносин учасників будівництва. *Просторовий розвиток*. 2024. № 9. С. 304-316. URL: http://spd.knuba.edu.ua/article/view/319682/310197 (Дата звернення: 01.04.2025).

3. Кошман О. В. Гармонійне моделювання девелоперських процесів в керунку підвищення адаптивності будівельних підприємств/ 2023. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/17635/1/%d0%9a%d0%a0%d0%9c-%d0%9a%d0%be%d1%88%d0%bc%d0%b0%d0%bd-%d0%9e.%d0%92.-

%d0%b0%d1%80%d1%85%d1%96%d0%b2-2023.pdf (Дата звернення: 01.04.2025).

4. Маргасова В. Г., Вдовенко Н. М. Формування маркетингових стратегій інноваційного розвитку підприємств для регулювання виробничої діяльності груп суспільних інтересів на ринку. *Scientific notes of Lviv University of Business and Law*. 2022. № 35. С. 273-279. URL: https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/804/731, (Дата звернення: 01.04.2025).

5. Prykhodko D. O. та ін. Теоретичні аспекти та практичні рекомендації формування інноваційної системи будівельного підприємства. *Ways to Improve Construction Efficiency.* 2023. Т. 2. № 52. С. 345-362. URL: http://ways.knuba.edu.ua/article/view/323107/313402, (Дата звернення: 01.04.2025).

УДК 691.7:339.13.017

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

Христина Чуприна,
д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту в будівництві, професор,
Дар'я Калініна,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Менеджмент організацій і адміністрування», спеціальність 073 «Менеджмент»
Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

Конкурентні переваги будівельних підприємств у контексті стратегічного розвитку формуються на основі здатності компаній ефективно використовувати власні ресурси, оптимізувати бізнес-процеси та впроваджувати сучасні управлінські підходи. Будівельна галузь завжди відзначалася високим рівнем конкуренції, що змушувало підприємства постійно вдосконалювати свої стратегії, підвищувати якість продукції та послуг, а також шукати нові джерела економії ресурсів. У сучасних умовах, що характеризуються макроекономічною нестабільністю, наслідками пандемії COVID-19 та впливом воєнних дій, управління конкурентоспроможністю набуває ще більшого значення.

Конкурентоспроможність будівельного підприємства визначається здатністю зберігати та розширювати ринкові позиції завдяки впровадженню інноваційних технологій, ефективному використанню матеріально-технічних ресурсів та розвитку кадрового потенціалу. Важливими факторами є якість будівельних робіт, оптимізація витрат, ефективність управління проектами та здатність швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. У цьому контексті стратегічний розвиток будівельних підприємств має ґрунтуватися на процесному підході, який передбачає аналіз ключових бізнес-процесів, виявлення їх слабких місць та впровадження заходів з підвищення ефективності [1].