

## **Секція: РОЗВИТОК КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СКЛАДОВИХ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Ажаман І.А.**

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та управління проектами  
Одеської державної академії будівництва та архітектури  
м. Одеса, Україна*

### **МАРКЕТИНГОВЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ТА ЦИВІЛЬНОГО БУДІВНИЦТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ**

**Анотація.** В статті визначені особливості, які необхідно враховувати при формуванні системи маркетингового інформаційного забезпечення розвитку будівництва на селі. В якості практичного кроку реалізації маркетингового інформаційного забезпечення розвитку будівництва на селі запропоновано формування спеціалізованих інформаційно-консультаційних центрів.

**Ключові слова:** промислове будівництво, цивільне будівництво, сільська місцевість, маркетинг, інформаційне забезпечення.

**Вступ.** Для промислового та цивільного будівництва в сільській місцевості України протягом останніх років характерним є нестабільність тенденцій та напрямків розвитку, що обумовлені загальними кризовими явищами в економіці країни та галузі сільського господарства. Так, фінансові обмеження сільських товаровиробників та мешканців села є стримуючими факторами до розвитку будівництва, що одночасно вимагають визначення пріоритетних напрямків інвестування, пошуку шляхів зниження витрат на зведення споруд і будівель та підвищення їх надійності, довговічності, економічності використання. За таких умов актуальним є питання формування системи маркетингового інформаційного забезпечення розвитку будівництва, що сприятиме підвищенню рівня поінформованості замовників проектів будівництва на селі щодо інноваційних технологічних, технічних

розробок в галузі та можливостей їх практичної реалізації, інших відомостей тощо.

**Постановка проблеми.** Враховуючи зазначене метою роботи є визначення особливостей та розробка практичних пропозицій щодо формування системи маркетингового інформаційного забезпечення розвитку будівництва на селі.

Теоретичні аспекти питання маркетингового інформаційного забезпечення отримали висвітлення в роботах провідних вчених, серед яких виділимо наступних: Ф. Котлер, Г. Армстронг, Л. Балабанова, С. Гаркавенко. Питання маркетингового забезпечення галузі сільського господарства розглядали П. Саблук, М. Сахацький, П. Гайдуцький, О. Гудзинський, Й. Завадський, М. Малік та інші. У той же час в наукових розробках не розглядаються практичні аспекти питання маркетингового забезпечення розвитку будівництва в сільській місцевості, що і обґрунтовує вагомість досліджень в даному напрямку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Формування системи маркетингового інформаційного забезпечення розвитку будівництва на селі необхідно проводити враховуючи наступні особливості:

- така система повинна бути доступною як для сільськогосподарських товаровиробників, так і для сільських мешканців. Вказане передбачає розробку механізму надання інформації та консалтингових послуг. Враховуючи ступінь розповсюдження і розвитку зв'язку та Інтернет-технологій бажаним є передбачення можливостей надання послуг як за безпосередньою участю замовника, так і заочно – електронною поштою, факсом та інше;

- враховуючі різноманітність видів інформації (як первинної, так і вторинної) в якій може існувати потреба при планування та організації процесів зведення промислових і цивільних споруд, необхідно *забезпечити високий рівень кваліфікації та спеціальної підготовки працівників*, в

обов'язки яких буде входити приймання замовлень, підбір, аналіз і підготовка інформації щодо здійснення будівництва в сільській місцевості;

- для накопичення інформації, пов'язаної з будівельною діяльністю на селі необхідно *передбачити можливість формування баз даних*, де буде накопичуватися первинна та вторинна інформація, вестися база клієнтів тощо;

- враховуючи різноманітність сучасних будівельних технологій, матеріалів, техніки та обладнання доречним є *організація стендів наочної інформації* – в вигляді проведення майстер-класів, демонстрації зразків матеріалів, роликів-презентацій технологій, сфер застосування матеріалів та іншого;

- вагомою складовою інформаційного забезпечення розвитку будівництва є *організація юридичної, технологічної та інших видів підтримки забудовників*, що може бути реалізовано в вигляді консультування з питань відповідності об'єктів що зводяться вимогам законодавчо-нормативних документів.

Враховання таких особливостей дозволить сформувати таку систему маркетингового інформаційного забезпечення розвитку будівництва на селі, що задовольнятиме потреби забудовників та відповідатиме сучасним вимогам щодо збору, обробки та презентації інформації.

Практичним кроком реалізації маркетингового інформаційного забезпечення розвитку будівництва на селі є формування спеціалізованих інформаційно-консультаційних центрів, до основних функцій яких входитиме збір, обробка, накопичення та надання оперативної і достовірної інформації сільським забудовникам щодо сучасних інноваційних технологій, матеріалів, обладнання.

Такі інформаційно-консультаційні центри можуть бути утворені в вигляді спеціалізованих самостійних підприємств (фірм), в формі сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, або як структурний підрозділ аграрного логістичного центру.

**Висновки.** Формування маркетингового інформаційного забезпечення розвитку промислового і цивільного будівництва в сільській місцевості сприятиме розробці та реалізації проектів з зведення споруд і будівель, які задовольнятимуть потреби замовників щодо їх функціональних характеристик, особливостей використання і обслуговування, а також відповідатимуть сучасному рівню розвитку будівельних технологій.

#### **Список літератури:**

1. *Сахацький М.П. Наукові основи формування системи маркетингу в сільськогосподарських підприємства / М.П. Сахацький, Г.М. Запша, О.А. Белевят // Економіка харчової промисловості. – 2009. – №1. – С.31-34.*
2. *Гронська М.В. Сучасні маркетингові інформаційні системи, як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства на сучасному ринку / М.В. Гронська, О.В. Костів // Матеріали науково-практичної конференції. Одеса. ОДАБА- 2012. – №4. - С.148-151*

