

Молчанова Ю.В.

к.с.-г.н, старший викладач кафедри маркетингу

Пенчук О.С.

магістрант кафедри маркетингу

Одеська державна академія будівництва та архітектури

МАРКЕТИНГОВІ ПЕРЕДУМОВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Проаналізовані основні ситуації та події маркетингового середовища будівельного підприємств України, які є передумовою зростання його потенціалів в напрямку сталого розвитку. До найбільш важливих подій та тенденцій середовища будівельного бізнесу віднесено посилення впливу кінцевих споживачів, процеси фінансування та інвестування будівельної галузі, зростання ролі партнерських відношень при формуванні стратегій підприємств будівельної галузі.

Ключові слова: маркетинг, зовнішнє середовище маркетингу, інвестиційно-будівельні проекти, девелопмент.

Вступ. Трансформації, які нині відбуваються у політичній, економічній, культурній та соціальній сферах українського суспільства, чутливо відчуває галузь будівництва. З свого боку результати діяльності будівельної галузі значною мірою впливають як на загальне соціально-економічне становище держави, так і на результати вирішення соціальних проблем окремої людини. Представляючи реальний сектор економіки, будівельна галузь створює значну кількість робочих місць і в свою чергу споживає продукцію багатьох інших галузей народного господарства.

Циклічні коливання економічних процесів торкаються промислового і житлового секторів будівництва: промислове будівництво тісно пов'язано з

капітальними вкладеннями, його темпи сповільнюються відповідно завершення об'єктів будівлі, коли пропозиція на ринку починає перевищувати попит; для житлового будівництва характерна висока залежність від національної житлової та кредитної політики держави, контролю над квартирної платою, економічних, соціальних і правових умов для реалізації конституційного права людини щодо доступності житла відповідно її фінансових можливостей та інших умов. Все це зумовлює необхідність постійного пошуку ефективних шляхів вирішення проблем забезпечення стратегічної стійкості підприємств будівельної галузі.

Постановка проблеми. Ключова роль у стратегічному плануванні компанії належить маркетингу: нові стратегічні можливості підприємства на ринку, вибір системи цілей, розробка і формулювання планів, дії зниження ринкового ризику, – все це засновано на результатах аналізу неконтрольованих змін зовнішнього маркетингового середовища. Потенціал підприємства, який дає можливість функціонувати і розвиватися в певному проміжку часу, представляє внутрішнє середовище організації маркетингу.

За словами професора Гарвардської школи бізнесу Теодора Левітта, базисом такого пошуку повинна бути маркетингова концепція управління бізнесом, «яка попереджаючи нас про небезпеку у світі постійних змін, де виживання бізнесу вимагає вивчення і реагування на те, чого люди прагнуть, оцінки загроз і швидкого пристосування до нових можливостей, які часто приходять ззовні бізнесу» [1].

Більшість науковців поділяють точку зору на внутрішнє середовище маркетингу, як на множену контрольованих організацією чинників. Фактори зовнішнього середовища не є керованими з боку організації і менеджменту підприємств необхідно постійно формувати рішення щодо адаптації до характеру і рівнів прояву його змін. Відповідно передумовою розробки стратегій зростання потенціалу будівельного підприємства в напрямку сталого

розвитку є визначення найбільш важливих подій та тенденцій змін в ситуації маркетингового середовища підприємств будівельної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процеси будівництва пов'язані зі станом і розвитком відношень на земельному ринку, подіями і тенденціями на фінансових ринках, цінами на ринку проектних, посередницьких та управлінських послуг, будівельних матеріалів, техніки і технологій, підрядних робіт та інше. Сучасні зміни в економічних чинниках середовища бізнесу посилюють дефіцит робочої сили, - кваліфіковані будівельники прямують на роботу до сусідніх країн. Наслідком є посилення впливу правового фактору в таких ситуаціях, коли будівництвом займаються особи без належного рівня кваліфікації. В той же час така ситуація сприяє процесам вирівнювання різниці в оплаті труда серед робітників будівельної галузі, забудовники поступово починають піднімати зарплати та створювати певні умови праці.

За даними аналітичних звітів [2] характерною ситуацією для вітчизняної будівельної галузі в сфері правового чинника є існування адміністративних бар'єрів у вигляді великої кількості погоджувальних і дозвільних процедур, що не залежать від обсягів будівництва, однак значною мірою впливають на витрати забудовників та рівень конкуренції між ними. Довгі терміни проходження процедур та узгодження проектної документації мають наслідком високу невизначеність термінів завершення будівлі, що зумовлює зростання ризику інвестування в об'єкти будівництва. Цей факт сприяє схильності забудовників до корупції з метою скорочення термінів, що на думку закордонних дослідників негативно впливає на інвестиційну активність в будівництві.

Як об'єкт інвестування житлова нерухомість має свої особливості: об'єкт будівництва здійснюється за індивідуальним проектом, він прив'язаний до певної території, процес його будівництва, як правило, тривалий, капіталоемний і матеріаломісткий, кінцева продукція призначена для окремого

замовника і носить індивідуальний характер. Об'єкти будівництва зводяться власними силами замовника або інвестора, основним способом будівництва є підрядний спосіб, в випадку будівництва об'єктів «під ключ» функції замовника передаються генеральному підряднику, генпідрядна будівельна організація приймає на себе повну відповідальність за будівництво об'єкта відповідно до затвердженого проекту, в установлені строки та в межах затвердженої кошторисної вартості.

Законом України закріплено, що при інвестуванні іноземного капіталу в будівельну галузь, яка відноситься до сфери державних пріоритетів, на іноземних інвесторів поширюється пільговий режим оподаткування. Але статистичні показники вказують на те, що сфера державних пріоритетів інвестиційної підтримки відмінна від сфери пріоритетів іноземного інвестування [3, 4]. Для іноземних стратегічних інвесторів дуже важливими чинниками є захищеність активів і стабільність законодавчого поля, іноземні інвестори досить консервативно підходять до інвестування в будівельний сектор, український ринок сприймається доволі ризиковим. Окрім того в країнах, економіка яких розвивається, або є транзитивною, довгострокова дохідність на вкладений капітал в будівельному секторі є набагато меншою, ніж в інших секторах економіки, зокрема в торгівлі або наданні фінансових і ділових послуг. В цілому будівельний сектор є малопривабливим для прямих іноземних інвестицій, які передбачають безпосередню участь інвестора у виборі об'єкта інвестування та у процесі вкладення капіталу, його фінансування виконується в основному за рахунок ресурсів внутрішніх інвесторів і цільових державних програм.

Отже, перспективи розвитку будівельного ринку безпосередньо пов'язані з динамікою рівня доходу населення. Важливим фактором оцінки таких перспектив виявляється показник доступності житла, який відображає співвідношення вартості типового житла до річного доходу домогосподарства. Житло є доступним споживачеві, коли цей показник не перевищує 2,5,

найдоступнішим в Європі вважається житло для мешканців столиці Чехії, - це обумовлено відносно високими показниками середньомісячного доходу на душу населення та поміркованою вартістю житлової площі. Невідповідність між рівнем життя населення та вартістю житла відображає коефіцієнту міста Київ, який подано цифрою тринадцять [5].

Розвиток науково-технологічного аспекту зовнішнього середовища виявляється у розробці новітніх технологій, якісних будівельних матеріалів, досконалих конструкторських рішень, наукових досягнень у фундаментальних і прикладних дослідженнях, організаційної підтримки поширення інновацій у виробничому процесі. Зв'язок між наукою, освітою та промисловістю найбільш виразно проявляється в діяльності технопарків, які об'єднують в єдину систему процеси от вироблення до комерціалізації знань. В межах даного напрямку розвиваються різні форми кооперації та бізнес-партнерств в будівельних проектах і при спільному будівництві об'єктів нерухомості.

Розвиток інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернету, сприяє зростанню обізнаності споживачів та їх активність в сфері захисту їх прав та прав людини загалом: захист територій громадами від непланової забудови, пошук вирішення проблем договорів банківського іпотечного кредитування в іноземній валюті та інші дії. Соціальний аспект має наслідком внутрішню організаційну перебудову будівельного підприємства в напрямку «прозорості» для широкого кола інвесторів. Згідно проектної етики діяльність будівельного підприємства сприймається як соціально відповідальна за результати змін, які пов'язані з виконанням будівельного проекту [6, с. 2].

Сучасна практика організації управління процесами будівлі об'єктів нерухомості розрізняє інвестиційно-будівельні компанії та компанії девелопменту. Перші, в умовах заданих обмежень (терміни, розмірі бюджету, встановлений рівень якості) виконують розділені часовими рамками інвестиційні заходи технологічно послідовних робіт для створення нового унікального об'єкта нерухомості, наявність і використання якого необхідні для

досягнення мети інвестування. Другі представляють управлінську діяльність по виконанню інвестиційно-будівельного проекту в умовах ризику стосовно росту різних форм цінності для всіх зацікавлених в результаті проекту сторін.

Процес забезпечення цінності представляє складну комплексну роботу девелопера, яка пов'язана з інтеграцією і взаємодією різних організацій і особистих учасників всього комплексу робіт з створення об'єкту будівництва. Місцеві та центральні органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, експертні та контрольні організації відіграють важливу роль у формуванні взаємовідносин учасників і результатів будівництва; до цього списку додаються ріелторські, експлуатаційні та консалтингові компанії. Учасниками будівельного процесу в широкому сенсі виступають численні суб'єкти господарювання: власники земельних ділянок, замовники, забудовники, інвестори, управлінські, посередницькі, фінансово-банківські структури, страхові компанії, архітектурні, проектні та інжинірингові фірми, підрядники і субпідрядники, виробники і постачальники матеріалів і конструкцій, власники побудованих промислових і цивільних об'єктів і жителі будинків, а також органи місцевої влади, експертні, погоджувальні та інші інститути.

Висновки. Процеси адаптації до змін в середовище бізнесу українських підприємств будівельної галузі торкаються різних соціо-економічних процесів та подій сьогодення. В сучасних умовах будівельне підприємство розробляє інвестиційні проекти та формує довгострокові партнерські відношення з потенційними інвесторами, що в багатьох випадках є і кінцевими споживачами результатів будівлі. Відповідно до зазначеного передумовою сталого розвитку будівельних підприємств виступає орієнтація всіх бізнес процесів організації на забезпечення зростання різних типів цінності для всіх зацікавлених в результаті виконання будівельного проекту осіб та організацій.

Список літератури:

1. Marketing Book Ed. By M. Baker. – Butterworth Heinemann, 1995. – Р. 140.
2. Бюллетень о развитии конкуренции. В фокусе: Конкуренция в строительном секторе. Аналитическое издание. - Режим доступа : <http://www.stroy-expert.dp.ua/content/view/31/27>
3. The 2008 Legatum Prosperity Index. - Режим доступа : <http://www.prosperity.com/default.aspx>
4. ИНТЕРФАКС-УКРАИНА информационное агентство - Режим доступа : <http://investfunds.ua/news/vvp-ukrainy-v-i-kv-2012-vyros-na-18-k-i-kv-2011-gosstat-interfaks-ukraina-96825/>
5. Український клуб нерухомості - Режим доступа : <http://www.minregion.gov.ua/attachments/files/koligialni>
6. Молчанова Ю.В. Маркетинговая экспертиза проекта / Ю.В. Молчанова., И. А. Шелестова // Збірник матеріалів міжвузівської науково-практичної конференції Одеса - ОДАБА, (21 травня 2009 р). – С. 39-41.