

В. В. Смоляк
В. С. Подорожнюк

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В ГАЛУЗІ ПЕРВИННОЇ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет У даній роботі розглянуто важливість довгострокового планування бізнес-моделі для менеджменту великих будівельних компаній на прикладі можливостей розвитку та інновацій у будівельному секторі. Особлива увага приділяється переходу будівельних компаній до концепції сталого будівництва та підвищення медійної прозорості комунікацій.

Розглянуто важливість та переваги переходу будівельних компаній до концепції зеленого будівництва. Сучасний світ вимагає від підприємств не лише досягнення фінансових показників, а й урахування екологічних, соціальних та етичних вимог. Перехід до сталого будівництва дозволяє підприємствам зменшити негативний вплив на довкілля, ефективніше використовувати ресурси та підвищити конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Також наведено приклади державних програм, які можуть допомогти розвитку зеленої концепції.

Досліджено європейський досвід екоактивності та його вплив на глобальному рівні. Європейські країни відіграють ключову роль у розвитку зеленого будівництва та енергоефективних технологій. Легіслативні норми Європейського Союзу сприяють стимулюванню інновацій у будівельній сфері, спрямованих на зменшення вуглецевого сліду та підвищення енергоефективності будівель.

Розглянуто сучасні маркетингові стратегії, які акцентують увагу на важливості особистої медійної присутності керівників компаній та їхньої здатності сприяти просуванню ідеї сталого будівництва. У цифрову епоху, коли споживачі все більше звертають увагу на особистість та цінності бренду, важливо, щоб керівники підприємств могли бути ближчими до своїх клієнтів та мати можливість показувати робочі процеси в регулярному форматі. Це не лише зміцнює довіру, а й створює платформу для взаємодії та зворотного зв'язку з аудиторією.

В підсумку висувається гіпотеза, що впровадження стратегії трансляції етапів будівельних процесів та життя компанії у вигляді блогу може сприяти підвищенню рівня прозорості та довіри до бренду, особливо враховуючи поєднання з організацією будівництва за концепцією зеленого будівництва, яка досі має недостатній розголос у медіа. Цей підхід дозволяє потенційним покупцям не лише переглядати етапи будівництва в реальному часі, а й зрозуміти принципи і цінності, якими керується компанія. Блог стає платформою для освіти споживачів та взаємодії з ними, що сприяє підвищенню інформованості та зниженню рівня невизначеності в процесі прийняття рішення про співпрацю з будівельною компанією.

Ключові слова: Будівельна компанія; концепція сталого будівництва; зелене будівництво; маркетинг; бренд; екологія; прозорість; особистість; бренд; першобудова.

Вступ

Сучасна ситуація на ринку первинної нерухомості України свідчить про відновлення інтересу громадян до придбання власного житла. За даними першого кварталу 2024 року, попит сягає 70%-80% від показників минулих років, але більша частина покупців відкладає рішення про купівлю до стабілізації ситуації на фронті [1].

Однак, будівельний ринок в Україні найближчим часом може пережити певну трансформацію завдяки потенційному притоку нових інвестицій, розвитку технологічних інновацій та оновлення рекламних концепцій. Впровадження сучасних технологій у будівництві, таких як енергоефективні та екологічно чисті матеріали, а також використання новітніх цифрових та медіа рішень стає одним із майбутніх факторів конкурентоспроможності. Вже сьогодні успішний результат такого курсу можна побачити в бізнес-моделі будівельних компаній європейського ринку.

Крім того, зростаюча увага до екологічних питань та сталого будівництва може впливати на вибір споживачів через актуальність тематики в медіа просторі, що не можуть оминати маркетологи для формування довгострокових стратегій. Компанії, які активно інтегрують принципи сталого будівництва в свою діяльність, а також відкрито спілкуються про це з клієнтами через медіа та соціальні мережі, можуть здобути перевагу над конкурентами завдяки новаторству та турботу про споживачів. Таким чином, актуальні фундаментальні рішення та маркетингові стратегії не тільки можуть привертати увагу клієнтів, а й сприяти побудові лояльності та довіри до бренду.

Метою роботи є визначення інноваційних стратегій для менеджменту в галузі первинної нерухомості України, які буде корисно імплементувати для будівельного сектору.

Основна частина

Сучасне будівництво стикається з необхідністю адаптуватися до нових викликів, таких як воєнні дії, зміни клімату та стала експлуатація ресурсів. Один із ключових напрямків цієї трансформації - концепція сталого будівництва. Розглянемо суть і важливість сталого будівництва, його відмінності від традиційного підходу, перспективи впровадження в умовах сучасної України та можливі шляхи стимулювання бізнесу переходити на зелені технології.

Стале або зелене будівництво - це підхід, спрямований на мінімізацію впливу будівельної діяльності на довкілля та максимізацію енергоефективності в усіх аспектах життєвого циклу будівлі. Від архітектурного проектування до вибору будівельних матеріалів та експлуатації об'єкту, цей підхід враховує не лише економічні, але й екологічні та соціальні аспекти. Основними принципами сталого будівництва є зменшення споживання енергії, використання відновлюваних джерел енергії, мінімізація викидів та оптимізація використання ресурсів.

Основною відмінністю сталого будівництва від традиційного є інтеграція екологічних аспектів у всі фази будівництва. Традиційне будівництво часто зосереджується на вигоді в моменті та не завжди враховує екологічні наслідки. У контексті сталого будівництва, кожен аспект - від вибору місця під будівництво до вибору матеріалів - оцінюється з точки зору його впливу на довкілля та, що особливо важливо, на здоров'я мешканців.

В Україні зелене будівництво має значний потенціал, особливо в контексті відновлення після війни. З одного боку, існує підвищений інтерес до зелених технологій і практик серед молоді та урядових структур. З іншого боку, для досягнення цих цілей необхідно створити стимули для бізнесу, які дозволять їм переходити на зелені моделі будівництва.

Також існують складнощі, через які мало компаній готові сьогодні перекваліфікувати свою діяльність під нові міжнародні стандарти. Наприклад, перехід потребує збільшення інвестицій, а також значні вкладення в наукові дослідження та розробку нових матеріалів і технологій для сталого будівництва. Важливим також буде партнерство між університетами, дослідницькими інститутами та бізнесом для впровадження інновацій у будівельну галузь.

Проте екологічний спосіб забудови нових житлових комплексів безумовно виділить будь-яку компанію на ринку України серед інших, оскільки це нові управлінські рішення та організаційні структури, до яких згодом всі звикатимуть, зважаючи на популярність цієї концепції в європейських країнах [2-3].

Європейський Союз активно просуває ідею сталого будівництва через свій «Зелений курс», який включає жорсткі стандарти для зменшення викидів парникових газів та підвищення енергоефективності будівель. Політики та програми підтримки, такі як фінансові інструменти для енергомодернізації будівель та стимулювання використання відновлюваних джерел енергії, також сприяють реалізації «Зеленого курсу». Багато європейських компаній вважають стале будівництво не лише способом зменшення впливу на довкілля, але й конкурентною перевагою на ринку. Підприємці також вбачають в даній концепції розвиток корпоративної соціальної відповідальності, де бізнес-структури впроваджують екологічні стандарти та сертифікацію.

У Європі широко застосовуються стандарти та сертифікації для зеленого будівництва, такі як BREEAM, LEED та DGNB, що забезпечують високі екологічні та енергоефективні вимоги до будівель [4-6]. Вимоги до енергоефективності будівель стали обов'язковими у багатьох країнах ЄС. Європейські країни прийняли законодавчі акти, які встановлюють суворі вимоги до енергоефективності нових та реконструйованих будівель. Наприклад, директива ЄС про енергоефективність будівель (EPBD) вимагає, щоб всі нові будівлі, зведені після 2020 року, відповідали стандартам майже нульового споживання енергії (nZEB).

Один з ключових аспектів успішного впровадження сталого будівництва в Україні - це створення сприятливих умов для бізнесу та прийняття потрібних законів. Тобто фінансові заохочення, такі як пільги на податки або дешеві кредити для проєктів, що відповідають зеленим критеріям. Крім того, важливо забезпечити регуляторну підтримку, що включає в себе чітке законодавство щодо енергоефективності та викидів, що стимулює бізнес до інновацій та впровадження нових технологій. Зараз в такий складний період воєнного стану Україна має унікальну можливість використовувати потенціал у відновленні та модернізації будівельної галузі для перебудови системи за європейським зразком.

Державна пільгова іпотека «ЄОселя» стає додатковим стимулом для ринку з умовами від 3% річних на строк до 20 років (рис.1). Хоча частка виданих кредитів є невеликою відносно загального обсягу продажів, впровадження цієї програми сприяє стабілізації ринкових настроїв та мотивує потенційних покупців до більш активних дій. Важливим також є пункт про період здачі в експлуатацію житла в обласних центрах, яке має бути новим або зданим в експлуатацію не більше ніж 10 років тому, тобто в пріоритеті новобудови.



Рисунок 1 - Результати державної програми «Оселя» починаючи з листопада 2022 до листопада 2023 року.

Це лише один із багатьох інструментів, які держави надають підприємствам для підтримки їх розвитку. Використання таких можливостей дозволяє будівельним компаніям не лише досягати вигоди у короткостроковій перспективі, але й планувати стабільний прибуток на довгий строк. Крім цього, розширення пропозицій на ринку нерухомості може сприяти появі нових моделей продажу (рис.2) та залученню більшої кількості інвесторів. Інші варіанти, такі як оренда з правом викупу чи спільні проекти з державою та приватними інвесторами, також можуть стати привабливими для компаній, які прагнуть диверсифікувати свої активи та забезпечити довгострокову фінансову стабільність.

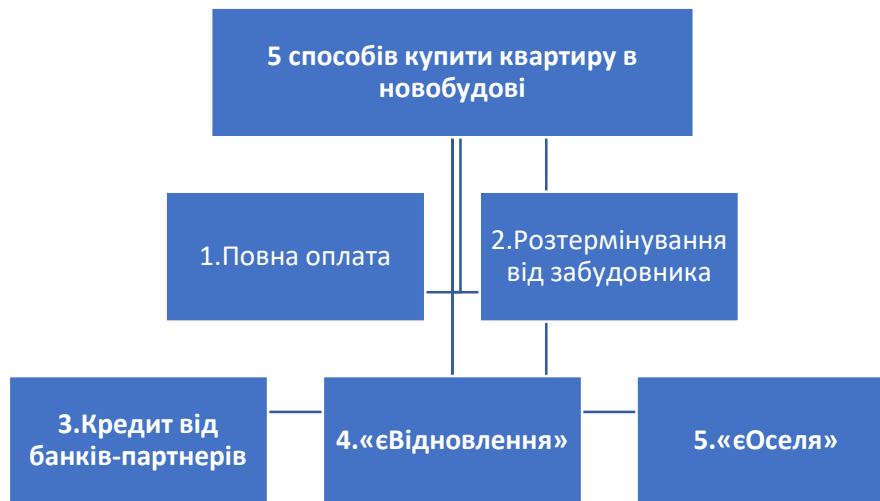


Рисунок 2 – Способи покупки квартир в новобудовах

Якщо розглядати модель, за якою мають працювати компанії сталого будівництва, то вони будуть ті ж самі, як і в звичайних новобудовах, тільки в даному випадку підприємець додатково може акцентувати увагу на турботі про своїх клієнтів та передові технології, за якими буде виконано новобудову. Подібні аспекти завжди приваблюють людей, які цінують своє здоров'я та інвестиції, що досить вигідно поєднується в одному об'єкті. Для того щоб придбати будівлю в такій зеленій компанії, як вже згадувалося, зараз держава запроваджує дві важливі пільгові програми, однією з яких є програма "«Відновлення»", призначена для людей, чиє житло було зруйноване після подій, що сталися з 24 лютого 2022 року. Це ще один важливий фінансовий інструмент, який допомагає людям знайти нові домівки, які вони можуть обирати самостійно, включаючи можливість вибору більш екологічних новобудов.

Серед трьох інших способів оплати механіка більш зрозуміла. Перший та другий спосіб використовують покупці, які мають одразу всю суму або значну частину від цієї суми на руках із зручними термінами оплати за короткий проміжок часу. Інша можливість полягає в стандартному розтермінуванні, яке пропонує будівельна компанія через свої банківські партнери, де часто ці умови

є дуже вигідними для покупців новобудов порівняно з іншими банками. Широке розповсюдження інформації про переваги зелених технологій та практик допомагає змінити стереотип, що екологічне - дороге. Важливо розвивати усвідомлення серед населення про довгострокові вигоди сталого будівництва та підтримувати ініціативи, що сприяють збереженню ресурсів та зменшенню впливу на навколишнє середовище.

Підсумовуючи інформацію про унікальність, екологічність та цікавість концепції сталого будівництва, можна визначити, що ці принципи є не лише майбутнім, але і сучасними вимогами для будівельних компаній. В Україні, як і в багатьох країнах світу, спостерігається зростаючий інтерес до зелених технологій та сталого будівництва серед підприємців. Однак важливо врахувати, що для широкого впровадження цих концепцій необхідна належна інформаційна підтримка та обізнаність клієнтів.

З цією метою рекомендується будівельним компаніям активно використовувати досить популярний формат просування бізнесу в інтернеті - експертні блоги в соціальних мережах як засіб популяризації потрібних для компанії тем в маси. Організація експертних груп, які створюватимуть не лише інформативний, але й візуально привабливий контент, наприклад, короткі відео, може значно збільшити усвідомлення споживачів про переваги екологічних будівельних матеріалів та технологій. Такий підхід дозволить компаніям не лише ефективно просувати свої продукти, але й позиціонувати себе як лідерів у сфері сталого будівництва, здатних задовольняти високі очікування своїх клієнтів щодо якості, екологічної безпеки та соціальної відповідальності. Такий інформаційно-освітній підхід не лише сприятиме залученню нових клієнтів, але й збільшить загальну свідомість суспільства про важливість сталого будівництва, що в довгостроковій перспективі сприятиме розвитку будівельної індустрії в Україні.

Плюси просування своєї теми в соціальних мережах, зокрема Instagram і TikTok, можуть бути значними для будь-якого бізнесу, включаючи будівельну галузь:

1. **Візуальний контент:** Instagram і TikTok — це платформи, орієнтовані переважно на візуальний контент. Для будівельної компанії це означає можливість ефективно демонструвати свої проекти, будівельні матеріали, внутрішні і зовнішні дизайнерські рішення, що привертає увагу потенційних клієнтів.
2. **Збільшення свідомості:** Активне просування в соціальних мережах дозволяє збільшити свідомість про ваш бренд серед широкої аудиторії. Це особливо важливо для компаній, які хочуть підвищити впізнаваність та позиціонувати себе як лідерів у певній ніші, наприклад, сталого будівництва.
3. **Цільова аудиторія:** Instagram і TikTok мають різні цільові аудиторії. Instagram частіше використовується для зображень високої якості та сторіз (Stories), що може привертати більш старшу аудиторію та професіоналів. У той час як TikTok відомий своїми короткими відеороликами і є особливо популярним серед молоді до 30 років. Вибір платформи залежить від вашої цільової аудиторії та стратегії маркетингу.
4. **Емоційне залучення:** Соціальні мережі дозволяють будувати ближчі відносини з аудиторією через взаємодію, коментарі та відгуки. Ви можете емоційно залучити своїх підписників, ділитися історіями успіху, інсайтами та досвідом, що сприяє підвищенню вірогідності, що їх оберуть для будівництва їх майбутніх будинків.
5. **Можливість впливати на тренди:** Такі платформи як TikTok особливо відомі своєю здатністю створювати та популяризувати тренди. За допомогою креативного контенту ви можете впливати на ці тренди і залучати більше уваги до вашого бренду та продуктів.
6. **Можливість взаємодії з впливовими особистостями:** В соціальних мережах часто працюють блогери та інфлюенсери, які можуть стати вашими партнерами або амбасадорами бренду, що значно підвищить вашу відвідуваність та впізнаваність.

Просування свого бренду в соціальних мережах відкриває безліч можливостей для будівельних компаній. Це не лише забезпечує велике охоплення потенційних клієнтів, а й дозволяє виявити унікальність у підході до представлення будівельних об'єктів. Використання платформ як Instagram і TikTok дозволяє підкреслити прозорість у робочих процесах, що важливо для залучення довіри майбутніх клієнтів. Ваші зусилля у соціальних мережах будуть запам'ятовуватися як інноваційні та екологічно свідомі, що створює основу для стійкого і успішного розвитку вашого бренду в сучасному будівельному ринку.

Головний плюс такого концепту просування – це мінімальні вкладення на рекламу, оскільки оригінальні та цікаві користувачам відео відео платформи самі зацікавлені просувати в маси безоплатно для автора. Найбільший вау-ефект, який може бути досягнутий через просування особистого блогу будівельної компанії, полягає в використанні медійної особи власників компанії,

що вже успішно використовується українською компанією «Монобанк». Цей підхід дозволяє підвищити довіру і зацікавленість аудиторії, використовуючи персональний бренд власників для активної комунікації та підтримки цінних маркетингових ініціатив. Також, широке застосування цього методу полягає в запрошенні впливових осіб із медіа-середовища для швидкого і ефективного поширення контенту і підвищення впізнаваності бренду.

Висновки

Стале будівництво - це сучасний підхід до будівництва, спрямований на зменшення впливу будівельної діяльності на навколишнє середовище та покращення енергоефективності будівель. Основні аспекти сталого будівництва включають використання відновлюваних матеріалів, зниження викидів CO₂, покращення якості повітря в будівлях, оптимізацію водокористування та використання енергоефективних технологій. Цей підхід сприяє збереженню природних ресурсів, зменшенню кількості відходів та зниженню вартості експлуатації будівель на тривалий термін.

В тому числі, маркетингові стратегії можуть стати ключовим елементом успішного розвитку сталої будівельної галузі в Україні. Впровадження таких стратегій дозволяє підвищити конкурентоспроможність компаній, залучити нових клієнтів та покращити обізнаність ринку унікальністю таких першобудов. Важливим аспектом є також перехід до сталого розвитку, що сприяє не лише збереженню навколишнього середовища, а й залученню екологічно свідомих споживачів. Цей досвід може слугувати взірцем для інших галузей, які також шукають інноваційні шляхи розвитку та вдосконалення своєї діяльності

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. <https://minfin.com.ua/ua/realty/articles/piat-sposobiv-kupyty-kvartyru-v-novobudovi/>
2. <https://misto.lun.ua/2023>
3. <https://ua.news.ua/money/chto-takoe-ustojchyvoe-stroytelstvo-y-kakovy-ego-perspektyvy-v-ukrayne-yntervyu-s-pavлом-kravtsom-predstavitelem-forest-stewardship-council-v-ukrayne>
4. Енді Серновіц. Сарафанный маркетинг. Як розумні компанії змушують про себе говорити. 2023
5. Ayodeji E. Oke, Clinton O. Aigbavboa. Sustainable Value Management for Construction Projects. 2017
6. Natasha Courtenay-Smith. The Million Dollar Blog. 2016

REFERENCES

1. <https://minfin.com.ua/ua/realty/articles/piat-sposobiv-kupyty-kvartyru-v-novobudovi/>
2. <https://misto.lun.ua/2023>
3. <https://ua.news.ua/money/chto-takoe-ustojchyvoe-stroytelstvo-y-kakovy-ego-perspektyvy-v-ukrayne-yntervyu-s-pavлом-kravtsom-predstavitelem-forest-stewardship-council-v-ukrayne>
4. Endi Sernovits. Sarafanny marketynh. Yak rozumni kompaniyi zmushuyut' pro sebe hovoryty. 2023
5. Ayodedzhi E. Oke, Klinton O. Aygbavboa. Upravlinnya stiykym znachennyam dlya budivel'nykh proektiv. 2017
6. Natasha Kortni-Smit. Bloh na mil'yon dolariv. 2016

Смоляк Володимир Вікторович – кандидат архітектури, доцент кафедри будівництва, міського господарства та архітектури, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: smolyak@vntu.edu.ua

Подорожнюк Віталій – магістр з міжнародного маркетингу, Національний авіаційний університет, м. Київ, podorozhnyuk.vitaliy@gmail.com ORCID 0009-0007-3710-3678

V. Smolyak
V. Podorozhnyuk

INNOVATIVE STRATEGIES IN THE FIELD OF PRIMARY REAL ESTATE IN UKRAINE

Vinnitsia financial and economic University

This paper discusses the importance of long-term business model planning for the management of large construction companies, using the example of development and innovation opportunities in the construction sector. Particular attention is paid to the transition of construction companies to the concept of sustainable construction and increasing media transparency of communications.

The importance and benefits of the transition of construction companies to the concept of green construction are considered. The modern world requires enterprises not only to achieve financial performance, but also to take into account environmental, social and ethical requirements. The transition to sustainable construction allows companies to reduce their negative impact on the environment, use resources more efficiently and increase their competitiveness in the international

market. The article also provides examples of government programmes that can help develop the green concept.

The European experience of eco-activity and its impact on the global level are explored. European countries play a key role in the development of green building and energy efficient technologies. The legal norms of the European Union help to stimulate innovations in the construction sector aimed at reducing the carbon footprint and increasing the energy efficiency of buildings.

Modern marketing strategies that focus on the importance of the personal media presence of company executives and their ability to promote the idea of sustainable construction are considered. In the digital era, when consumers are increasingly paying attention to brand personality and values, it is important that business leaders can be closer to their customers and be able to showcase their work processes in a regular format. This not only builds trust, but also creates a platform for interaction and feedback from the audience.

As a result, it is hypothesised that the implementation of a strategy of broadcasting the stages of construction processes and company life in the form of a blog can help to increase the level of transparency and brand trust, especially when combined with the organisation of construction according to the green building concept, which still has insufficient media coverage. This approach allows potential buyers not only to view the construction stages in real time, but also to understand the principles and values that guide the company. The blog becomes a platform for consumer education and interaction, which helps to increase awareness and reduce uncertainty in the decision-making process of cooperation with a construction company.

Keywords: Construction company; concept of sustainable construction; green construction; marketing; brand; ecology; transparency; personality; first building.

Smolyak Volodymyr – Candidate of Architecture, Associate Professor of the Department of Construction, Urban Management and Architecture, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: smolyak@vntu.edu.ua

Vitaliy Podorozhnyuk – Master of International Marketing, National Aviation University, Vinnytsia, v.podorozhnyuk@hotmail.com