



Огороднік І. В.

Огороднік І. В.,
к.т.н, доцент, КНУБА;
директор Науково-дослідного центру технології кераміки,
ТОВ «Фірма Порцекс-ВРБТ»,
вул. Київська, 221, м. Бровари, Київська обл., 07400;
✉ ogorodnik.iv@knuba.edu.ua; porceks@ukr.net ☎ +38 (050) 331 59 12

Iryna Ogorodnyk,
Ph.D., Associate Professor, KNUBA
Director of the Ceramic Technology Research Center
LLC "Firm Porceks-VRBT", Ltd.
street Kyivska, 221, Brovary, Kyiv region, 07400
✉ ogorodnik.iv@knuba.edu.ua; porceks@ukr.net ☎ +38 (050) 331 59 12

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

STUDY OF MARKETING FEATURES ON THE REAL ESTATE MARKET

Анотація. У даній статті висвітлені особливості нерухомості та маркетингових досліджень на ринку нерухомості, для ефективного просування цих об'єктів на будівельному ринку. Розглянуто особливості життєвого циклу об'єктів нерухомості та дії маркетологів на різних її етапах. Показано, що дослідження ринку нерухомості є важливим інструментом для розуміння актуальних тенденцій та попиту на нерухомість, що дозволяє зрозуміти, які типи нерухомості є популярними, які регіони є найбільш привабливими для покупців та які фактори впливають на ціни на нерухомість. Маркетингові дослідження можуть бути корисні для різних груп людей, включаючи ріелторів, інвесторів та будівельників. Основною ціллю маркетингових досліджень ринку нерухомості є аналіз потреб та попиту на нерухомість серед різних груп споживачів. Це дозволяє будівельникам та ріелторам адаптувати свої продукти та послуги до потреб інвесторів, знаходити нові ринки збуту та отримувати необхідні фінансові прибутки. Крім того, дослідження ринку нерухомості можуть допомогти виявити потенційні ризики та можливості, що в свою чергу забезпечить впровадження обґрунтованих рішень щодо інвестування в нерухомість.

Ключові слова: ринок нерухомості, життєвий цикл об'єктів нерухомості, попит, пропозиція, маркетингове дослідження.

Annotation. This article highlights the features of real estate and marketing research in the real estate market, for the effective promotion of these objects in the construction market. The peculiarities of the life cycle of real estate objects and the actions of marketers at its various stages are considered. Real estate market research is shown to be an important tool for understanding current trends and demand for real estate, which allows you to understand which types of real estate are popular, which regions are most attractive to buyers, and which factors affect real estate prices. Marketing research can be useful to many different groups of people, including realtors, investors, and builders. The main goal of marketing research on the real estate market is to analyze the needs and demand for real estate among different groups of consumers. This allows builders and realtors to adapt their products and services to the needs of investors, find new sales markets and obtain the necessary financial returns. In addition, real estate market research can help identify potential risks and opportunities, which in turn will ensure the implementation of informed decisions about investing in real estate.

Keywords: real estate market, life cycle of real estate objects, demand, supply, marketing research.

Актуальність проблеми

«Ринок нерухомості — це певний набір механізмів, за допомогою яких передають права на власність і пов'язані з нею інтереси, встановлюють ціни й розподіляють простір між різними конкуруючими варіантами землекористування»[1]. Детальнішим буде визначення ринку нерухомості, як комплексу відносин, пов'язаних зі створенням нових та експлуатацією вже існуючих об'єктів нерухомості. Таким чином, основні процеси функціонування ринку нерухомості — це розвиток (створення), управління (експлуатація) й обіг прав на нерухомість. Національний ринок нерухомості являє собою сукупність регіональних і локальних ринків, істотно відмінних один від одного асинхронністю розвитку, рівнем цін та ризиків, ефективністю інвестицій в нерухомість й особливо станом законодавства, політичною та соціальною стабільністю тощо [2–5]. Ринок нерухомості, як будь-яка саморегулююча система, характеризується попитом, пропозицією, ціною, інфраструктурою. Дослідження ринку нерухомості є важливим інструментом для розуміння актуальних тенденцій та попиту на нерухомість. Вони дозволяють зрозуміти, які типи нерухомості є популярними, які регіони є найбільш привабливими для покупців та які фактори впливають на ціни на нерухомість. Ці дослідження можуть бути корисні для різних груп людей, включаючи ріелторів, інвесторів та будівельникам нерухомості. Основною ціллю маркетингових досліджень ринку нерухомості є необхідність зрозуміти потреби та попит на нерухомість серед різних груп інвесторів. Це дозволяє будівельникам та ріелторам адаптувати свої продукти та послуги до потреб інвесторів, знаходити нові ринки збуту та отримувати необхідні фінансові прибутки. Крім того, дослідження ринку нерухомості можуть допомогти виявити потенційні ризики та можливості, що в свою чергу забезпечить впровадження обґрунтованих рішень щодо інвестування в нерухомість.

Виклад основного матеріалу дослідження

Ринок нерухомості — це досить специфічний ринок, який має свої особливості. Основним є висока ступінь залежності від економічної та політичної ситуації в країні. Ринок нерухомості дуже чутливий до економічних коливань, таких як зростання чи падіння ВВП, інфляція, безробіття тощо. Демографічні чинники відіграють також важливу роль на ринку нерухомості. Наприклад, зміна чисельності населення, вікової структури та соціально-економічного статусу може вплинути на попит на нерухомість та її вартість [6–11].

Ринок нерухомості є сезонний ринок. Він має сезонні коливання, пов'язані зі зміною погодних умов та календарних подій. Наприклад, влітку та навесні зазвичай відбувається збільшення кількості угод з нерухомістю. Сезонність також впливає на будівництво та виробництво будівельних матеріалів. Один і той самий об'єкт нерухомості може мати різну вартість в залежності від його розташування. Наприклад, нерухомість у центрі міста може коштувати значно дорожче, ніж у передмісті. Це є важливим питанням при прийнятті рішення інвесторами по придбанню того чи іншого об'єкта. Необхідно відмити наявність високого ступеню конкуренції. Ринок нерухомості є досить конкурентним, тому продавці та агенти з нерухомості мають бути готові боротися за клієнтів.

При угодах з нерухомістю необхідно враховувати безліч юридичних аспектів, таких як податки, права власності, зони забудови і т.д. При продажу нерухомості продаються права власності на об'єкт нерухомості і юридичні аспекти є найважливішими.

Ринок нерухомості включає різні типи нерухомості, такі як житлові будинки, квартири, комерційні будівлі, земельні ділянки і т.д. Кожен тип має свої особливості і може бути більш

менш популярним залежно від регіону і сезону. В зв'язку з цим нерухомість характеризується потужним інвестиційним потенціалом. Вона може бути використана як для житла, так і для бізнесу. Деякі об'єкти нерухомості можуть приносити високий дохід за умови правильного управління. З розвитком технологій ринок нерухомості також змінюється. Зараз все більше людей користуються онлайн-платформами для пошуку та продажу нерухомості, а також управління своїми об'єктами.

Ринок нерухомості потребує ризико-орієнтованого підходу при аналізі та розробці маркетингової стратегії. При покупці нерухомості завжди є ризики, пов'язані зі зміною цін на ринку, несподіваними витратами на ремонт та обслуговування, а також можливістю неплатежів з боку орендарів, а також форс-мажорних ситуацій в країні. Такими як криза, пандемія, війна.

Це лише деякі з особливостей ринку нерухомості, які можуть вплинути на ціни та попит на нерухомість. У цілому, ринок нерухомості — це складне та динамічне середовище, яке постійно змінюється і вимагає від учасників ринку гнучкості та адаптивності.

Маркетинг на ринку нерухомості відрізняється від маркетингу інших галузей [8,9,11]. Дуже важливо розглядати об'єкт нерухомості з точки зору його життєвого циклу і місця на якому в даний момент знаходиться та чи інша нерухомість (дивитися рис. 1).

На рис. 1 представлена схема, що характеризує життєвий цикл об'єктів нерухомості.



Рис.1 Життєвий цикл об'єктів нерухомості

Нерухомість, як товар, має свої унікальні властивості, як експлуатаційні, так і естетичні. Ціна та попит на нерухомість залежить від її місця в життєвому циклі. Необхідно показати потенційному інвестору переваги та ризики, які пов'язані з придбанням нерухомості на ранніх чи пізніх стадіях життєвого циклу.

Так на першому етапі проводиться аналіз ринку нерухомості, вибір об'єкта нерухомості, формування стратегії проекту, інвестиційний аналіз, оформлення відповідної документації, залучення кредитних інвестиційних коштів. Стадія проектування містить вибір архітектурно-інженерної групи, розробку архітектурного та технічного проекту, керівництво проектуванням, організацію фінансування проекту. Ці дві стадії є мотиваційними та стадіями прийняття рішень. Вже на цій стадії, коли формується портфель інвестицій можлива продаж планованої нерухомості та залучення інвесторів.

Наступна стадія життєвого циклу — стадія будівництва — ця стадія пов'язана з основною роботою по створенню об'єкта нерухомості. Інвестор може спостерігати за ходом будівництва. Ризики втрати інвестицій зменшуються і ціна об'єкту нерухомості зростає. На цій стадії маркетингологи повинні проводити роботу по збільшенню частки інвесторів. Це є основний етап будівництва коли маркетингологи формують ціну та потребують значного бюджету для руху даного об'єкту на ринку нерухомості.

Об'єкт нерухомості на данному етапі є первинним житлом з відповідною ціною.

Найбільш тривалою стадією життєвого циклу об'єкту нерухомості є стадія його експлуатації, обслуговування та ремонту. Нерухомість на цьому етапі стає вторинною і ціна її зменшується приблизно на 20%. В цей час може з'явитися необхідність заміни старих морально застарілих фондів, що входять, до складу об'єкта нерухомості на сучасні будівельні елементи. Враховуючи високий ступень конкурентності на ринку нерухомості, будівельники можуть збільшити свою конкурентоспроможність за рахунок виконання цієї стадії життєвого циклу будівлі.

Заключною стадією життєвого циклу об'єкту нерухомості є його закриття. Це може бути повна ліквідація, знос або якісно новий розвиток. Ця стадія життєвого циклу об'єкта нерухомості також вимагає значних витрат на ліквідацію. У випадку, якщо об'єкт нерухомості отримує новий якісний розвиток, витрати на зміну відносяться до витрат володіння з урахуванням нової функції.

Маркетинг на ринку нерухомості повинен бути спрямований на відображення переваг та особливостей конкретної нерухомості на різних стадіях її життєвого циклу, а також на залучення уваги потенційних інвесторів. Зважаючи на те, що нерухомість є продуктом зі своїми унікальними характеристиками та вимогами до них, маркетинг на ринку нерухомості відрізняється від інших галузей. Розглянемо основні особливості маркетингу на ринку нерухомості і проаналізуємо, як правильно просувати об'єкти нерухомості.

Однією з ключових особливостей маркетингу нерухомості є те, що продуктом є сама нерухомість. Це означає, що маркетинг повинен бути спрямований на відображення переваг та особливостей конкретної нерухомості. Для цього потрібно детально вивчити характеристики об'єкта, його розташування, середовище, в якому він знаходиться, а також особливості нерухомості, які можуть бути цікавими для потенційних покупців.

Другою важливою особливістю маркетингу на ринку нерухомості є залучення уваги потенційних клієнтів до об'єкта. Це можна зробити за допомогою рекламних кампаній, які повинні бути спрямовані на максимальне охоплення цільової аудиторії. Реклама може бути розміщена у печатних виданнях, на сайтах, у соціальних мережах, а також на зовнішніх рекламних поверхнях. Важливо також звернути увагу на презентацію об'єкта нерухомості, для чого можна використовувати професійну фотографію та відео.

Третьою особливістю маркетингу на ринку нерухомості є необхідність бути в курсі останніх трендів у цій галузі та використовувати новітні технології для просування об'єктів нерухомості. Наприклад, можна використовувати віртуальні тури для показу нерухомості, або ж використовувати дрони для зйомки об'єкта з висоти. Також можна використовувати інтерактивні майданчики для презентації об'єкта, де клієнти можуть детально ознайомитися з характеристиками та особливостями нерухомості. Отже, маркетинг на ринку нерухомості має свої особливості, які пов'язані з унікальним продуктом та специфікою галузі. Для успішного просування об'єктів нерухомості необхідно детально вивчити характеристики та особливості нерухомостей, залучати увагу потенційних клієнтів до об'єкта та використовувати новітні технології для презентації нерухомостей.

Складання плану маркетингу на ринку нерухомості — це важливий етап, який допоможе досягти успіху в просуванні об'єктів нерухомості. В таблиці 1 проаналізовано необхідні дії для просування об'єкта нерухомості на ринку продажів. Це кроки, що широко використовуються в маркетингу: визначення цілей; аналіз аудиторії, сегмен-

тування як нерухомості, так і клієнтів; вивчення конкурентів; визначення стратегії; вибір каналів просування; визначення бюджету маркетингових досліджень, їх виконання та контроль.

Нерухомість, як об'єкт маркетингового дослідження, має свої особливості, які варто враховувати при плануванні і проведенні маркетингових досліджень. Аналізуючи об'єкти нерухомості необхідно сконцентрувати свою увагу на особливостях поданих у таблиці 2.

Ринок нерухомості — це складний та динамічний сегмент економіки, де проведення маркетингових досліджень є ключовим етапом успішної роботи. Нерухомість, як об'єкт маркетингового дослідження, має свої особливості, які варто враховувати при плануванні та проведенні маркетингових досліджень. Для досягнення успіху необхідно враховувати особливості цього ринку та застосовувати індивідуальний підхід до клієнтів, як до інвесторів.

Таблиця 1.

Шляхи впровадження ефективного плану маркетингу на ринку нерухомості

№п\п	Дії	Шляхи впровадження
1.	Визначення цілей	Визначення цілей, які ви хочете досягти за допомогою маркетингу. Наприклад, збільшення продажів, привернення нових клієнтів, підвищення уваги до бренду тощо. Це є традиційними підходами маркетингу, але це перший крок для впровадження плану маркетингу.
2.	Аналіз аудиторії	Для того, щоб ефективно просувати об'єкти нерухомості, необхідно знати свою цільову аудиторію. Вивчення демографічних та інших характеристик потенційних клієнтів допоможе зрозуміти, як краще привернути їх увагу.
3.	Вивчення конкурентів	Аналіз конкурентів допоможе зрозуміти, як вони просувають свої об'єкти нерухомості та як можна використати їхні ідеї для свого маркетингового плану.
4.	Визначення стратегії	На основі вивчення цільової аудиторії та конкурентів можна визначити стратегію маркетингу на ринку нерухомості. Наприклад, це може бути реклама в соцмережах, створення веб-сайту з описом об'єктів нерухомості, організація тематичних заходів тощо.
5.	Вибір каналів просування	Для того, щоб цільова аудиторія дізналася про ваші об'єкти нерухомості, необхідно вибрати канали просування. Це можуть бути рекламні банери на сайтах, реклама в соцмережах, зовнішня реклама, реклама в печатних виданнях тощо.
6.	Визначення бюджету	На основі стратегії та вибраних каналів просування можна визначити бюджет на маркетинг на ринку нерухомості.
7.	Виконання та контроль	Останній етап — це виконання плану маркетингу та контроль результативності. Необхідно перевіряти ефективність кожного каналу просування та вносити корективи у план при необхідності.

Таблиця 2.

Особливості об'єктів нерухомості, як товару

1.	Висока вартість об'єктів нерухомості	Об'єкти нерухомості часто є дуже дорогими, тому важливо проводити детальне дослідження ринку та ретельно вивчати попит та пропозицію, щоб не ризикувати витратами. Маркетингові дослідження на ринку нерухомості мають на меті допомогти визначити оптимальну цінову політику та знайти способи залучення клієнтів.
2.	Довгий цикл продажу	Продаж нерухомості може займати багато часу, тому важливо проводити дослідження, які допоможуть зрозуміти, як краще залучати потенційних клієнтів та збільшувати шанси на успішну угоду. Маркетингове дослідження може включати аналіз потреб та очікувань клієнтів, розробку і просування привабливих пропозицій, а також надання кращого сервісу.
3.	Індивідуальний підхід до клієнтів	Кожен клієнт має свої потреби та очікування щодо об'єкта нерухомості, тому важливо проводити дослідження, які допоможуть зрозуміти, як краще пропонувати об'єкти та як залучати нових клієнтів. Маркетингове дослідження на ринку нерухомості може допомогти визначити ключових клієнтів та їх потреби, а також розробити ефективну стратегію продажу.
4.	Важливість репутації	Репутація має велике значення у сфері нерухомості, тому важливо проводити дослідження, які допоможуть зрозуміти, як клієнти сприймають ваш бренд та як можна покращити свою репутацію на ринку. Маркетингове дослідження може включати аналіз іміджу компанії, оцінку репутації конкурентів та розробку стратегій для покращення іміджу бренду.
5.	Зміна ринкових умов	Ринок нерухомості постійно змінюється, тому важливо проводити дослідження, які допоможуть зрозуміти, як зміни умов впливають на попит та пропозицію на ринку, а також як можна адаптуватися до цих змін. Маркетингове дослідження може включати аналіз тенденцій та прогнозування майбутнього розвитку ринку нерухомості.

Література:

- Фридман Дж., Ордуэй Ник. «Анализ и оценка приносящей доход недвижимости. Пер. с англ.-М.; Дело, 1977, 480 с.
- Асаул А.М., Павлов В.І., Пилипенко І.І., Павліха Н.В., Кривов'язюк І.В. Ринок нерухомості: навч. посібн., вид. 3-тє. К.: Кондор, 2010, 336 с.
- Гриценко Е.А. Рынок недвижимости: закономерности становления и функционирования (Вопросы методологии и теории). Х.: Бизнес Информ, 2002, 284 с.
- Ринок нерухомості: Навчальний посібник. За заг. ред. І.І.Пилипенка. К.: ІВЦ Держкомстату України. 2004, 387 с.
- Економіка нерухомості: Навчальний посібник. За заг. ред. І.І. Пилипенка. К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004, 350 с.
- Кучеренко В. Р., Заєць М. А., Захарченко О. В., Сментина Н. В., Улибіна В. О. Оцінка та управління нерухомістю: навчальний посібник. Одеса: Видавництво ТОВ «Лерадрук», 2013, 272 с.
- Максимов С.Н. Управление развитием недвижимости. Учебник / С.Н. Максимов. — М.: «Проспект», 2015, 329 с.
- Вега Т. Маркетинг недвижимости. Выставка-продажа одного объекта. Маркетинг-технология «Золотая середина». Litres, 2018.
- Оцінка та управління нерухомістю: навчальний посібник / [В. Р. Кучеренко, М. А. Заєць, О. В. Захарченко, Н. В. Сментина, В. О. Улибіна]. Одеса: Видавництво ТОВ «Лерадрук», 2013, 272 с.
- Ринок нерухомості та іпотека: підручник / [М.А. Коваленко, Ю.М. Сафонов, О.В. Лепьохіна, Т.О. Мацієвич]. — [2-ге видання, доповнене] Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС 2015, 528 с.
- Gosp M. Marketing Campaign Development: What Marketing Executives Need to Know About Architecting Global Integrated Marketing Campaigns. Happy About, 2008, 176 p.