

# СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕРУХОМОСТІ ЯК ОБ'ЄКТА РЕКЛАМУВАННЯ

Пенькова О.Г.

доктор економічних наук

Уманський національний університет садівництва

Стан ринку нерухомості майже завжди відображає економічну та соціальну ситуацію в країні. За винятком серйозної національної рецесії або депресії, на нього впливають насамперед локальні фактори. До них належать рівень зайнятості населення, місцева економіка, рівень злочинності транспортне сполучення, якість соціальних послуг, податки на нерухомість та ін. Серед ключових характеристик ринку нерухомості можна виділити:

Локальність: нерухомість завжди є пов'язаною з певною локацією і це робить ринок нерухомості залежним від регіональних особливостей.

Постійне зростання вартості: ціни на нерухомість мають тенденцію до стійкого зростання з часом.

Велика кількість учасників: ринок нерухомості включає багато учасників, таких як продавці, покупці, агенти, банки, страхові компанії тощо.

Широкий асортимент продуктів: нерухомість може бути представлена у формі будинків, квартир, офісів, комерційної нерухомості, землі та інших об'єктів.

Неоднорідність продукту: нерухомість є унікальним продуктом, який може відрізнитися за розміром, дизайном, розташуванням та іншими факторами.

Значна вартість: нерухомість часто є однією з найбільших покупок у житті людини, тому ціни можуть бути високими, а операції - складними.

Довготривалий процес купівлі та продажу: процес купівлі або продажу нерухомості може зайняти значний час, тому що вимагає проведення оглядів, підписання контрактів, документування тощо.

Залежність від тенденцій розвитку економіки: ринок нерухомості є чутливим до економічних коливань, таких як ставки відсотків, інфляція, безробіття та інші фактори, що можуть впливати на попит та пропозицію.

Отже, ринок нерухомості має специфічні особливості, які, в свою чергу, визначають особливості застосування комплексу маркетингу на ньому (табл. 1).

Таблиця 1. Специфічні риси ринку нерухомості [1]

Критерії	Особливості
Особливості конкуренції	- ринок недосконалої конкуренції; - потреба у значних інвестиціях для входу і виходу; - обмежений доступ на ринок
Особливості, притаманні природі ринку	- локалізованість і залежність від факторів місцевого середовища; - сегментація на специфічні субринки; - відносна закритість
Особливості прояву недосконалості ринку	- специфічна інформаційна асиметрія; - інформаційна обмеженість
Особливості динаміки та дії ринкових законів	- схильність до впливу зовнішніх факторів; - циклічність розвитку; - відсутність товарів-субститутів; - низька еластичність пропозиції; - досягнення точки рівноваги носить короткостроковий характер; - дія закону спадаючої граничної корисності носить обмежений та специфічний характер
Особливості регулювання та роль держави	- обмежена здатність до саморегулювання шляхом цінового механізму; - потреба у професійних учасниках для посередництва у операціях; - потреба у державній реєстрації угод, формалізовані правові процедури; - обмежена можливість централізованого контролю в межах національної економіки

З урахуванням характеристику ринку нерухомості як структури з недосконалою конкуренцією серед маркетингових операцій суб'єктів-учасників найбільший акцент робиться на просуванні, тоді як інші елементи маркетингу-мікс використовуються значно меншою мірою. Реклама, як спосіб інформування про фізичні характеристики об'єктів нерухомості діє як частина пропозиції на ринку. Вона зосереджується на нових характеристиках, що стосуються внутрішнього просторового планування та якісних доповнень, а не на типових проектах. Цей процес посилює конкуренцію, а інвестори намагаються задовольнити прагнення споживачів щодо площі, розташування, краєвидів, тощо.

Враховуючи зазначені особливості ринку нерухомості при формуванні стратегії реклами її окремих об'єктів слід враховувати наступні аспекти:

Цільова аудиторія: реклама нерухомості повинна бути спрямована на клієнтів, які мають інтерес до купівлі або оренди приміщень. Це фізичні особи на ринку житлової нерухомості або підприємці на ринку комерційної нерухомості.

Формат: реклама повинна використовувати різні медіаформати, такі як фото, відео, текстові та графічні матеріали для досягнення максимального ефекту та може бути представлена у формі банерів, настінних щитів, рекламних відео тощо.

Інформативність: реклама комерційної нерухомості повинна містити достатньо інформації про приміщення, щоб потенційний клієнт міг прийняти рішення щодо купівлі або оренди.

Креативність: реклама комерційної нерухомості повинна бути креативною та привабливою, щоб вона привернула увагу та запам'яталася цільовій аудиторії.

Фокус на перевагах. Реклама повинна показувати, які переваги має даний об'єкт нерухомості в порівнянні з іншими пропозиціями на ринку.

Локалізація: реклама нерухомості повинна бути націлена на конкретний регіон, де знаходиться приміщення, зокрема на потреби та вимоги місцевих клієнтів.

Співвідношення вартості та користі: реклама нерухомості повинна мати високу ефективність та співвідношення вартості та користі, оскільки це допоможе забезпечити максимальний рівень прибутку від інвестицій у рекламну кампанію.

Список використаних джерел:

1. Шкурупій О. В., Білоброва Т. О. Циклічність розвитку ринку нерухомості: сучасний контекст : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2012. 190 с.