

**ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ВІДНОВЛЕННЯ  
І РОЗВИТКУ ПОВОЄННОЇ УКРАЇНИ**

УДК 339.138:338.4

**АНТИСИПАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВИХ  
ІНСТРУМЕНТІВ ДЕВЕЛОПЕРСЬКОГО ПРОЄКТУ**

**Анферов А. А.<sup>1</sup>**, здобувач третього рівня, **Фісуненко П. А.<sup>2</sup>**, докт. екон. наук, доц.  
ННІ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

Українського державного університету науки і технологій

<sup>1</sup> [dn148.anferov@365.pdaba.edu.ua](mailto:dn148.anferov@365.pdaba.edu.ua), <sup>2</sup> [fisunenko.pavlo@pdaba.edu.ua](mailto:fisunenko.pavlo@pdaba.edu.ua)

**Постановка проблеми.** Важливість врахування середовища реалізації при розробці та впровадженні девелоперських проєктів є вкрай важливим завданням, адже подібні проєкти, зазвичай, вирізняються високим рівнем складності, а отже і високою ризикованістю. Ступінь ризику тим вищий, чим менш дослідженим є можливий вплив на впровадження проєкту та його результати чисельних факторів середовища. Саме врахування цього можливого впливу при розробці маркетингової стратегії для девелоперського проєкту дає можливість обрати найбільш ефективні та відповідні ситуації маркетингові інструменти.

**Мета дослідження.** Вибір маркетингових інструментів та прийняття рішення щодо їх включення до маркетингової стратегії девелоперського проєкту має ґрунтуватися на пріоритизації маркетингових інструментів за характером їхнього впливу на адаптацію проєкту до умов середовища. Метою дослідження є визначення основних стадій процесу вибору маркетингових інструментів девелоперського проєкту з врахуванням середовища його реалізації на основі антисипативного підходу.

**Результати дослідження.** Вивчення робіт науковців дозволило дійти висновку, що в сучасному управлінні дедалі частіше використовується саме антисипативний підхід, який на рівні підприємства дозволяє забезпечити «раннє попередження та реагування на фінансову кризу і сигналізує керівникам підприємства про загрози, ризики та додаткові шанси щодо підвищення рівня ефективності та результативності фінансово-господарської діяльності за рахунок постійного моніторингу змін, що виникають у середовищі функціонування» [1].

Антисипативний підхід до управління та його переваги досліджували Колосов А., Чеботарьов Є. [2], Мельник О., Адамів М., Злотнік М. [3], Тульчинська С., Шашин О. [4]. З досліджень науковців випливає, що застосування антисипативного підходу дозволяє попередити майбутні ризики та покращити ефективність діяльності з врахуванням очікуваної зміни середовища.

За даними опитування, проведеного Державною службою статистики України [5], станом на січень 2025 року абсолютна більшість підприємств будівництва вважають, що ситуацію в галузі важко або досить важко передбачити, що безумовно свідчить про складність та турбулентність середовища функціонування підприємств, діяльність яких пов'язана із будівельною галуззю, в т.ч. тих, які реалізують девелоперські проєкти.

Для здійснення вибору маркетингових інструментів девелоперського проєкту доцільно застосовувати антисипативний підхід, в рамках якого пропонується виділяти:

– пре-ідентифікаційну стадію – передбачає визначення переліку факторів середовища реалізації девелоперського проєкту та здійснення вибору методів визначення їхньої прогнозованої зміни;

- ідентифікаційну стадію – визначення очікуваного впливу маркетингових інструментів на реалізацію девелоперського проєкту та їх поділ на інструменти пасивної, активної та проактивної адаптації;
- селективну стадію – здійснення пріоритезації маркетингових інструментів та формування системи маркетингових інструментів з врахуванням ресурсних обмежень;
- стадію впровадження та коригування – застосування на практиці сформованої системи маркетингових інструментів, а також моніторинг ефективності та її коригування.

**Висновки.** Запропонований антисипативний підхід враховує пріоритезацію маркетингових інструментів за характером їхнього впливу на адаптацію проєкту до умов середовища та передбачає визначення внеску маркетингового інструмента у забезпечення проактивної адаптації девелоперського проєкту до зміни середовища його реалізації. При цьому, при виборі маркетингових інструментів найвищим є пріоритет саме інструментів проактивної адаптації до зміни середовища реалізації девелоперського проєкту. Це дозволяє обрати найбільш дієві маркетингові інструменти, враховуючи ресурсні обмеження девелопера.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Павловські Г. Розвиток системи менеджменту підприємства: діагностичний та антисипативний підходи. *Бізнес Інформ*. 2017. № 3. С. 380–384. URL: [https://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2017-3\\_0-pages-380\\_384.pdf](https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-3_0-pages-380_384.pdf) (дата звернення: 05.04.2025).
2. Колосов А. М., Чеботарьов Є. В. Антисипативний менеджмент – дієва концепція розробки і реалізації політики повоєнного відновлення України. *Економічний вісник Донбасу*. 2023. № 2 (72). С. 162–171. URL: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2023-2\(72\)-162-171](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2023-2(72)-162-171) (дата звернення: 05.04.2025).
3. Мельник О. Г., Адамів М. Є., Злотнік М. Л. Розвиток теоретико-прикладних засад антисипативного менеджменту на вітчизняних підприємствах в умовах Європейської інтеграції. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку*. 2016. № 858. С. 30–37.
4. Тульчинська С. О., Шашин О. Ю. Впровадження антисипативних методів в управління ризиками на виробничих підприємствах. *Агросвіт*. 2024. № 24. С. 67–72. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.24.67> (дата звернення: 05.04.2025).
5. Статистична інформація. Макроекономічна статистика. Очікування будівельних підприємств щодо перспектив розвитку їх ділової активності за видами економічної діяльності (2015–2025). *Державна служба статистики України : офіційний сайт*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.04.2025).