



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.184>

УДК 339.138:69.05

Н. М. Свічкарь,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри кафедри девелопменту нерухомості,
фінансів, обліку та маркетингу,*

Український державний університет науки і технологій

ННІ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8609-5837>

М. Л. Маргарян,

*асистент кафедри кафедри девелопменту нерухомості, фінансів, обліку та
маркетингу, Український державний університет науки і технологій*

ННІ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1301-4404>

Н. В. Дубовик,

*головний спеціаліст відділу містобудування та архітектури виконавчого
комітету Жовтоводської міської ради*

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-0598-0413>

**МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ ВИБОРУ ГЕНПІДРЯДНИКА ТА
ПРОЦЕДУР НАГЛЯДУ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ БРЕНД-ІМІДЖУ
ДЕВЕЛОПЕРСЬКОГО ПРОЄКТУ В БУДІВНИЦТВІ**

*N. Svichkar,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of Real Estate Development, Finance, Accounting and Marketing,
Ukrainian State University of Science and Technology, ESI «Prydniprovsk State
Academy of Civil Engineering and Architecture»*

*M. Marharian,
Assistant of the Department of Real Estate Development, Finance, Accounting
and Marketing, Ukrainian State University of Science and Technology, ESI
«Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture»*

*N. Dubovyk,
Chief Specialist of the Urban Planning and Architecture Department of the
Executive Committee of Zhovti Vody City Council*

MARKETING ASPECT OF GENERAL CONTRACTOR SELECTION AND OVERSIGHT PROCEDURES IN THE PROCESS OF SHAPING A DEVELOPMENT PROJECT'S BRAND IMAGE IN CONSTRUCTION

У статті проведено комплексне дослідження впливу операційних управлінських рішень на формування бренд-іміджу девелоперського проєкту. Авторами обґрунтовано, що в умовах воєнного стану та високої ринкової невизначеності вибір генерального підрядника та організація процедур нагляду трансформуються з суто технічних функцій у стратегічні активи маркетингової політики. Визначено, що репутаційний капітал девелопера безпосередньо залежить від прозорості взаємодії з підрядними організаціями та ефективності контролю якості на всіх етапах будівництва. Особливу увагу приділено функціональній ролі авторського та технічного нагляду. Доведено, що авторський нагляд виступає інструментом захисту візуальної ідентичності проєкту, тоді як технічний нагляд формує «конструктивний бренд», гарантуючи безпеку та відповідність об'єкта нормативним вимогам. Результати дослідження

підтверджують, що впровадження моделі жорсткої прекваліфікації генпідрядника та незалежного нагляду створює синергетичний ефект, підвищуючи інвестиційну привабливість об'єкта нерухомості та лояльність кінцевих споживачів у 2026 році.

The article provides a scientific study of the influence of strategic management decisions on the formation and capitalization of a real estate development project's brand image. The authors substantiate that in the modern market, functioning under martial law and macroeconomic uncertainty, the selection of a general contractor and the organization of oversight procedures are transformed from technical functions into core strategic assets of the developer's marketing policy. The work details the concept of the project's «technological face,» where the general contractor is considered a key reputational partner that transmits values of expertise, financial stability, and operational reliability to the target audience.

Particular attention is paid to the functional content and marketing potential of architectural (author's) and technical supervision. It is proven that architectural supervision acts as a tool for protecting the project's visual and conceptual identity, ensuring the implementation of the «Product-as-Promised» principle. This allows the developer to avoid reputational losses associated with unauthorized simplification of project characteristics and to maintain the brand's status. At the same time, technical supervision is studied as a mechanism for forming a «constructive brand» based on transparency, safety, and uncompromising quality control of construction processes.

The authors analyze the relationship between the independence of oversight procedures and the degree of trust from investors and consumers. The article substantiates the expediency of a double control model, where the synergy of architectural and technical monitoring serves as an evidence base for the developer's reliability. The marketing significance of transparency in documenting construction stages as a factor in minimizing litigation and information risks is

revealed. The results confirm that a balanced approach to pre-qualification of counterparties and professional oversight provides the development project with competitive advantages, high liquidity, and reputational stability even during periods of deep crisis transformations in the industry.

Ключові слова: *девелопмент нерухомості, бренд-імідж, генеральний підрядник, авторський нагляд, технічний нагляд, репутаційні ризики, маркетингова політика.*

Keywords: *real estate development, brand image, general contractor, architectural supervision, technical supervision, reputational risks, marketing policy.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний ринок девелопменту нерухомості в Україні функціонує в умовах граничної невизначеності, зумовленої як економічними чинниками, так і викликами воєнного стану. У таких обставинах конкурентна боротьба зміщується з площини суто цінових характеристик у площину довіри та репутаційної стійкості. Традиційні маркетингові інструменти просування об'єктів (реклама, візуалізація, брендинг) втрачають ефективність, якщо вони не підкріплені реальною якістю будівельних процесів та надійністю виконання зобов'язань.

Наукова та практична проблема полягає у необхідності переосмислення ролі генпідрядника та процедур контролю (технічного та авторського нагляду) не просто як виробничих функцій, а як стратегічних маркетингових активів. Неналежний вибір контрагента або формальний підхід до нагляду генерують ризики, які миттєво трансформуються у репутаційні втрати, знижуючи капіталізацію бренду девелопера та інвестиційну привабливість проєкту. Дослідження взаємозв'язку між операційним управлінням будівництвом та формуванням бренд-іміджу є

актуальним завданням для забезпечення життєздатності девелоперських проєктів у 2026 році.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування бренду та маркетингового забезпечення девелоперської діяльності перебувають у центрі уваги багатьох сучасних науковців. Теоретичні засади брендингу як інструменту забезпечення конкурентоспроможності підприємства ґрунтовно досліджені у працях А. В. Руснака та І. І. Надточій [1]. Автори наголошують, що в сучасних умовах бренд є не просто торговельною маркою, а складним активом, що формує додану вартість та споживчу лояльність. Цю думку розвивають у контексті промислового сектору О. М. Ястремська, О. М. Тімонін та К. О. Тімонін, розглядаючи механізми формування ефективності бренду як нематеріального активу [2].

Специфіка маркетингу безпосередньо у сфері нерухомості висвітлена у навчальному посібнику І. О. Новаковської, Н. Ф. Іщенко та ін., де автори розглядають девелопмент як комплексну систему управління проєктами [3]. Регіональні аспекти розвитку ринку нерухомості та практичні підходи до його функціонування аналізують П. В. Гудзь та С. В. Шарова [4], а Т. О. Білоброва акцентує увагу на еволюції девелопменту на ринку України та його ролі в економічному зростанні [5].

Особливої актуальності в контексті 2024-2026 років набувають дослідження маркетингових стратегій в умовах воєнного стану та цифрової трансформації. Зокрема, Я. Сало та О. Синіка досліджують трансформацію брендингу в умовах війни, вказуючи на зміщення пріоритетів споживачів у бік безпеки та соціальної відповідальності [6]. О. Вовчанська та Л. Іванова доповнюють цей аналіз, висвітлюючи особливості реалізації маркетингових інструментів у кризові періоди [7].

Питання маркетингового забезпечення конкурентоспроможності саме девелоперських компаній на сучасному етапі детально представлені у працях Н. І. Верхоглядової, І. В. Кононової та Є. П. Морозової [8]. Автори

обґрунтовують необхідність адаптивних маркетингових стратегій, які б враховували високу мінливість ринку нерухомості.

Вплив цифровізації на девелопмент досліджує П. А. Фісуненко [9]. Він доводить, що в умовах цифрової економіки маркетинг у девелопменті трансформується у складну систему взаємодії з клієнтом, де прозорість процесів та технологічність стають ключовими елементами іміджу.

Проте, попри значну кількість напрацювань, питання прямого впливу вибору генерального підрядника та організації процедур технічного і авторського нагляду на бренд-імідж девелоперського проєкту залишається недостатньо висвітленим. Більшість авторів розглядають ці процеси як суто технічні, тоді як їхній репутаційний та маркетинговий потенціал потребує додаткового наукового обґрунтування.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичне обґрунтування та аналіз впливу управлінських рішень щодо вибору генерального підрядника та організації процедур авторського і технічного нагляду на формування та капіталізацію бренд-іміджу девелоперського проєкту в умовах сучасного ринку нерухомості.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах здійснення девелопменту нерухомості репутаційний капітал проєкту формується не лише завдяки маркетинговим комунікаціям, а й через реальну якість виконання будівельних процесів та надійність суб'єктів, залучених до реалізації. Вибір генерального підрядника та організація процедур нагляду є стратегічними інструментами мінімізації ризиків, що безпосередньо впливають на бренд-імідж девелоперського проєкту та рівень лояльності потенційних інвесторів.

В умовах високої конкуренції на ринку нерухомості вибір генерального підрядника перестає бути виключно техніко-організаційним рішенням і набуває стратегічного маркетингового значення. Генеральний підрядник виступає не лише виконавцем будівельних робіт, а й ключовим фактором

формування якості кінцевого продукту, дотримання строків реалізації проєкту та рівня довіри з боку інвесторів і кінцевих покупців.

Відповідно до нормативної практики, генеральний підрядник – це суб'єкт господарювання, який залучає до виконання робіт третіх осіб (субпідрядників), залишаючись відповідальним перед замовником за результати їх діяльності [10]. Така модель відповідальності формує концентрацію управлінських, фінансових та репутаційних ризиків в одній точці, що безпосередньо впливає на бренд девелопера.

Маркетинговий ефект вибору генпідрядника проявляється через:

- рівень дотримання строків будівництва;
- якість виконання робіт;
- прозорість договірних умов;
- відповідність об'єкта проєктним рішенням та нормативним вимогам;
- мінімізацію конфліктних ситуацій із покупцями.

Особливого значення набуває етап попередньої перевірки генпідрядника. Оцінювання наявності чинної ліцензії, матеріально-технічної бази, досвіду реалізованих об'єктів та ділової репутації дозволяє мінімізувати ризики зриву строків, дефектів будівництва та юридичних спорів.

Не менш важливим є блок договірних умов. Загальні умови укладення та виконання договорів підряду в капітальному будівництві регламентують механізми відповідальності, порядок розрахунків та умови зміни ціни [10]. Тип ціни договору (тверда або приблизна) впливає на фінансову стабільність проєкту та передбачуваність витрат, що на пряму корелює з маркетинговими обіцянками девелопера щодо вартості та строків передачі об'єкта.

Комплексний аналіз взаємозв'язку між управлінськими рішеннями щодо вибору підрядника, організацією нагляду та їхнім безпосереднім впливом на репутаційні активи девелоперського проєкту представлено у таблиці 1.

Як демонструє табл. 1, кожен етап взаємодії із генпідрядником містить у собі як потенційні загрози для економіки девелоперського проєкту, так і

можливості для зміцнення бренду девелопера. Зокрема, організація технічного та авторського нагляду виступає фінальним фільтром якості, що трансформує технічну відповідність об'єкта у маркетингову впевненість споживача.

Таблиця 1. Вплив вибору генерального підрядника на бренд-імідж девелоперського проєкту

Етап	Зміст управлінського рішення	Потенційні ризики	Вплив на бренд-імідж
1. Визначення статусу генпідрядника	Обрання суб'єкта, який відповідає за координацію субпідрядників та кінцевий результат робіт	Розпорошення відповідальності, низька якість координації	Формування уявлення про системність та професійність девелопера
2. Перевірка генпідрядника	Аналіз ліцензії, репутації, матеріально-технічної бази, досвіду	Недобросовісний контрагент, затримки, дефекти	Підвищення довіри інвесторів і покупців
3. Укладання договору	Визначення умов виконання робіт, строків, відповідальності	Нечіткі умови, судові спори, фінансові втрати	Прозорість та передбачуваність проєкту
4. Визначення ціни договору	Встановлення твердої або приблизної договірної ціни	Перевищення бюджету, необхідність додаткового фінансування	Стабільність цінової політики та репутація надійного девелопера
Організація технічного та авторського нагляду	Контроль відповідності робіт проєкту та нормам	Виявлення дефектів після введення в експлуатацію	Підтвердження якості та відповідальності бренду

Джерело: складено авторами.

З маркетингової точки зору, генпідрядник виступає «технологічним обличчям» проєкту. Будь-які порушення культури будівництва, використання несертифікованих матеріалів або недотримання екологічних стандартів на майданчику негативно екстраполюються на імідж девелопера. У 2026 році критичне значення має цифрова компетентність підрядника, зокрема його здатність коректно вести виконавчу документацію в Єдиній державній електронній системі у сфері будівництва (ЄДЕССБ).

Згідно з чинним законодавством, ЄДЕССБ є загальнодержавною інформаційною системою, що забезпечує прозорість усіх етапів життєвого

циклу об'єкта [11]. Оскільки генпідрядник виступає ключовим підписантом Акта готовності об'єкта до експлуатації, його професіоналізм у роботі з електронним кабінетом стає вирішальним. Помилки підрядника на етапі цифрового документування прихованих робіт або ігнорування вимог щодо ведення журналу авторського нагляду в електронній формі призводять до затримок у верифікації даних контролюючими органами. Це генерує серйозні репутаційні втрати для девелопера через неможливість вчасного введення об'єкта в експлуатацію та виконання зобов'язань перед клієнтами.

Важливим елементом формування позитивного бренд-іміджу девелопера є належна організація авторського нагляду. Відповідно до нормативних вимог, авторський нагляд здійснюється протягом усього періоду будівництва та має на меті контроль за відповідністю виконання будівельно-монтажних робіт затвердженим проектним рішенням. Саме цей інструмент дозволяє мінімізувати технічні, юридичні та репутаційні ризики девелопера на фінальному етапі реалізації об'єкта.

Замовник і генпроектувальник (проектувальник) визначають в умовах договору виконавця авторського нагляду, який здійснює авторський нагляд відповідно до вимог законодавства та державних будівельних норм.

Авторський нагляд здійснюється архітектором – автором проекту об'єкта архітектури, іншими розробниками затвердженого проекту або уповноваженими особами (далі – генеральний проектувальник) відповідно до законодавства та договору із замовником (забудовником) протягом усього періоду будівництва і передбачає контроль за відповідністю будівельно-монтажних робіт проекту.

Згідно з функціональною моделлю організації авторського нагляду, ключові умови договору передбачають:

1. Визначення складу групи авторського нагляду, що затверджується генеральним проектувальником на весь період будівництва. Для девелопера це означає прозорість відповідальності та фіксовану експертну команду, яка супроводжує проєкт до введення в експлуатацію. З

маркетингової точки зору, наявність постійної професійної команди підсилює довіру інвесторів і майбутніх власників.

2. Регламентоване відвідування об'єкта архітектури представниками групи авторського нагляду відповідно до плану-графіка або за викликом замовника. Така гнучкість дозволяє оперативно реагувати на ризики відхилень, знижує імовірність конфліктів із підрядником та демонструє контрольованість будівельного процесу. Для бренду девелопера це означає позиціонування як відповідального суб'єкта ринку.

3. Фіксацію результатів авторського нагляду в журналі, який оформлюється у двох примірниках (для замовника та генерального проєктувальника). Документування результатів перевірок формує доказову базу у випадку спорів, а також слугує елементом репутаційного захисту девелопера. Наявність повної історії контролю якості позитивно впливає на сприйняття проєкту фінансовими установами та інвесторами.

4. Механізм реагування у разі виявлення відхилень від проєктних рішень. Якщо підрядник відмовляється усунути порушення, особа, що здійснює авторський нагляд, повідомляє замовника та відповідний орган державного архітектурно-будівельного контролю.

З точки зору маркетингового управління ризиками, ця процедура є критично важливою, оскільки дозволяє своєчасно локалізувати потенційні репутаційні втрати, уникнути негативного інформаційного резонансу та забезпечити відповідність об'єкта нормативним вимогам перед введенням в експлуатацію.

Процедури авторського нагляду безпосередньо впливають на такі складові бренд-іміджу девелопера:

- рівень довіри до проєкту – контроль за відповідністю будівництва проєктній документації зменшує ризик технічних дефектів після введення об'єкта в експлуатацію;

- сприйняття якості – реалізація архітектурної концепції без спотворень формує цілісність образу проєкту;

– юридична надійність – належне документування процедур мінімізує ризик судових спорів;

– інвестиційна привабливість – прозорі механізми контролю підвищують довіру банків та інституційних інвесторів.

Таким чином, авторський нагляд виступає не лише техніко-правовим інструментом контролю, а й важливим елементом маркетингової стратегії девелопера. Його належна організація забезпечує стабільність позиціонування проєкту на ринку, формує імідж відповідального забудовника та знижує ризики негативних інформаційних наслідків на етапі введення об'єкта в експлуатацію та подальшої реєстрації прав власності.

Одним із ключових чинників формування позитивного бренд-іміджу девелоперського проєкту є належна організація технічного нагляду під час будівництва. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 11 липня 2007 року №903 «Про авторський та технічний нагляд під час будівництва об'єктів архітектури» [12], технічний нагляд забезпечує замовник (збудувник) протягом усього періоду реалізації будівельного об'єкта. Основною метою технічного нагляду є контроль за дотриманням проєктних рішень, будівельних норм, державних стандартів та вимог безпеки, що безпосередньо впливає на якість виконання будівельних робіт та довіру потенційних інвесторів.

У сучасних умовах, зокрема в період воєнного стану, значення якісного технічного нагляду зростає, адже рівень ризиків для девелоперського проєкту суттєво підвищується. Вибір компетентної наглядової команди стає інструментом мінімізації технічних, репутаційних і фінансових загроз. Технічний нагляд здійснюють уповноважені фахівці, які мають чинний кваліфікаційний сертифікат, виданий відповідно до законодавства у сфері архітектурно-будівельної діяльності. Це підкреслює важливість професійної відповідальності та гарантує дотримання нормативних вимог під час виконання робіт.

Водночас нормативна база прямо забороняє виконання технічного нагляду особами, що працюють у проєктних або будівельних організаціях, які виконують роботи на цьому ж об'єкті. Це положення спрямоване на усунення конфлікту інтересів, забезпечення неупередженості контролю та посилення довіри інвесторів до прозорості девелоперських процесів. Забезпечення незалежності наглядової функції стає вагомим фактором формування позитивного бренд-іміджу девелопера: дотримання цього принципу демонструє відкритість, підзвітність і орієнтацію на довгострокову якість.

Ефективна система технічного нагляду є однією з найбільш критичних складових формування позитивного бренд-іміджу девелоперського проєкту. На практиці якість контролю будівельно-монтажних робіт стає для інвесторів і покупців одним із ключових індикаторів надійності забудовника. У період воєнного стану, коли ринок нерухомості характеризується підвищеними ризиками, чітке дотримання процедур нагляду стає не лише вимогою законодавства, але й елементом довіри та репутаційного захисту девелопера.

Згідно з нормативними вимогами, особи, що здійснюють технічний нагляд, виконують комплекс функцій, які напряму впливають на якість і безпеку будівництва та, відповідно, на сприйняття девелоперського бренду. До ключових обов'язків технічного нагляду належать:

- проведення перевірок, що передбачає систематичний контроль наявності документації, підтвердження якості матеріалів, правильності виконання будівельних процесів відповідно до технічних умов і проєктних рішень;
- облік обсягів робіт – ведення фіксації прийнятих і оплачених робіт, а також облік виконаних з відхиленнями або недоліками, що формує прозору систему взаєморозрахунків та дисциплінує генпідрядника;
- огляд та оцінка робіт, які здійснюються спільно з представниками генпідрядника, що дозволяє оперативно виявляти дефекти та фіксувати невідповідності нормативним вимогам;

- оформлення актів робіт, що забезпечує юридичну коректність документування виконаних етапів та створює доказову базу у разі технічних спорів;

- участь у проведенні перевірок контролюючими органами – від робочих комісій до органів державного архітектурно-будівельного контролю.

Виконання цих функцій є показником того, що девелопер контролює процес будівництва не формально, а реально забезпечує відповідність об'єкта стандартам безпеки. Це суттєво посилює бренд-комунікацію компанії, оскільки демонструє її відповідальність, дисципліну й здатність дотримуватися прозорих будівельних процедур.

Окремо важливим елементом впливу технічного нагляду на репутацію проекту є його законодавчо закріплені права, що дозволяють забезпечити якість робіт навіть у конфліктних чи ризикових умовах. Особи, які здійснюють технічний нагляд, мають право вимагати від підрядника:

- виконання робіт відповідно до проєктних рішень і нормативної документації, включно з дотриманням технологічних процесів;

- зупинення робіт у випадку виявлення застосування матеріалів, що не відповідають стандартам, або недотримання вимог безпеки та технологій;

- проведення випробувань матеріалів і конструкцій, якщо виникають підозри щодо їхньої якості чи відповідності проєкту;

- усунення виявлених відхилень та дефектів, що фіксуються під час перевірок та оглядів;

- повторного зупинення робіт, якщо недоліки були усунені неналежним чином або усунення не було здійснено взагалі.

У контексті воєнного стану, коли логістичні й технологічні ризики значно зростають, право технічного нагляду зупиняти роботи стає ключовим інструментом брендової безпеки. Забудовник, який демонструє, що контроль якості є пріоритетом навіть за умов дефіциту ресурсів чи нестабільності поставок, отримує значно вищий рівень довіри від ринку.

Якість роботи генпідрядника визначає основу сприйняття проєкту. Водночас саме технічний нагляд є механізмом, який забезпечує коригування, контроль та управління діяльністю генпідрядника. Вдалий вибір генпідрядника та належне налаштування комунікацій із технаглядом формують:

- передбачуваність процесів будівництва;
- зменшення кількості дефектів;
- зниження кількості конфліктів із покупцями після введення в експлуатацію;
- прозорість усіх етапів виконання робіт.

Для девелопера це означає зміцнення бренд-іміджу через демонстрацію дисципліни, професійності та відсутності компромісів щодо якості.

Професійна організація технічного нагляду, що поєднує чіткі обов'язки контролю, законодавчо закріплені права та незалежність наглядачів, є невід'ємним чинником репутаційної стійкості девелоперського проєкту. У воєнних умовах ця складова набуває ще більшої ваги, оскільки стає гарантією якості та безпеки, а також ключовим маркером відповідальності девелопера перед інвесторами та майбутніми власниками нерухомості.

З погляду брендингу девелоперських компаній, якість технічного нагляду прямо відображається на репутації об'єкта та всього девелопера. У період воєнного стану, коли ринки стають більш чутливими до ризиків, а попит значно залежить від довіри, належна організація наглядових процедур стає одним із ключових маркетингових індикаторів надійності. Регулярний контроль, підтвердження відповідності роботам, а також документування навіть у складних умовах підвищує впевненість покупців та інвесторів, зменшує репутаційні втрати та сприяє формуванню позитивної динаміки продажів.

Таким чином, процедура технічного нагляду – це не лише інженерна та нормативна вимога, а й елемент стратегічного позиціонування девелопера на ринку. Прозорість, незалежність та професійність нагляду формують цінність бренду, забезпечують довіру до компанії та стають конкурентною перевагою

особливо в умовах підвищеної невизначеності, характерної для воєнного періоду.

Таблиця 2 демонструє ключові відмінності між авторським та технічним наглядом, а також їхній вплив на формування репутаційної стійкості девелопера в умовах воєнного стану.

Таблиця 2. Порівняльний аналіз авторського та технічного нагляду з урахуванням впливу на бренд-імідж девелопера у воєнний час

Критерій	Авторський нагляд	Технічний нагляд	Вплив на бренд-імідж девелопера у воєнний час
Хто здійснює	Автор проєкту, розробники проєктної документації	Уповноважені сертифіковані фахівці	Підсилює довіру до відповідності проєкту та компетентності девелопера; демонструє збереження контролю над якістю навіть у кризових умовах
Хто забезпечує	Генеральний проєктувальник	Замовник (забудовник)	Показує відповідальність девелопера за якість та регулярний контроль у складних умовах воєнного часу
Основна мета	Контроль відповідності виконання проєктним рішенням	Контроль за якістю, обсягами і відповідністю нормам	Наявність подвійного контролю підвищує репутаційну стійкість компанії
Ключові функції	Перевірка відповідності проєктним рішенням, фіксація відхилень	Перевірки, облік обсягів, оцінка якості, акти робіт	Ґрунтовність контролю зменшує ризики дефектів та претензій покупців
Права	Вимагати усунення відхилень, брати участь у прийманні робіт	Зупиняти роботи, вимагати випробувань, усувати дефекти	Зупинення робіт та вимоги усунення дефектів демонструють відсутність компромісів щодо якості
Наявність конфлікту інтересів	Мінімальний (автор проєкту контролює реалізацію)	Заборонено здійснювати технагляд працівникам організацій виконавців	Незалежність нагляду – показник прозорості та надійності девелопера
Роль	Гарантія відповідності реального будівництва проєкту	Гарантія якості та безпеки робіт	Підсилює довіру інвесторів і покупців, особливо під час війни
Результат	Звіти авторського нагляду, акти огляду	Акти виконаних робіт, звіти та перевірки	Прозоре документування зменшує репутаційні ризики

Джерело: складено авторами.

Апробація теоретичних положень щодо впливу суб'єктів будівництва на бренд-імідж проєкту реалізується через аналіз управлінських рішень девелопера при зведенні сучасних багатофункціональних комплексів. Оскільки такі об'єкти зазвичай належать до класу наслідків ССЗ, рівень відповідальності генпідрядника та наглядових груп стає визначальним фактором маркетингової стійкості проєкту.

При реалізації масштабних девелоперських проєктів доцільним є застосування моделі жорсткої прекваліфікації генпідрядника. Вибір суб'єкта з власною потужною матеріально-технічною базою та досвідом складного будівництва дозволяє девелоперу транслювати ринку повідомлення про технологічну перевагу. Укладання договору з фіксованою ціною стає додатковим маркетинговим інструментом, що гарантує стабільність цінової політики для кінцевих інвесторів, нівелюючи страх перед необґрунтованим здорожчанням в умовах інфляційних ризиків.

Для знакових об'єктів, що позиціонуються як архітектурні домінанти, авторський нагляд забезпечує ідентичність збудованого об'єкта рекламним рендерам. У практичній діяльності це реалізується через контроль фасадних систем, що запобігає спрощенню архітектурних рішень підрядником та захищає статус бренду. Документальна прозорість та фіксація результатів у журналі авторського нагляду створює для інвесторів підтверджену історію автентичності кожного елемента будівлі.

В умовах підвищеної невизначеності девелоперам рекомендується посилювати незалежність технічного нагляду. Практичне використання права зупинення робіт у разі виявлення невідповідності матеріалів вимогам проєкту позиціонується як доказ пріоритету безпеки над швидкістю будівництва. Коректне ведення виконавчої документації забезпечує вчасне отримання акта готовності, що мінімізує часові розриви та зміцнює імідж девелопера як пунктуального партнера.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У результаті проведеного дослідження обґрунтовано, що в сучасних умовах

ринку нерухомості України вибір генерального підрядника та організація процедур нагляду виходять за межі суто технічних завдань і стають стратегічними елементами маркетингової політики девелопера. Встановлено, що репутаційний капітал проекту безпосередньо залежить від прозорості будівельних процесів та здатності девелопера гарантувати відповідність об'єкта заявленим характеристикам.

Доведено, що професійний авторський нагляд виступає гарантом збереження архітектурної концепції, що є критично важливим для капіталізації бренду в преміальному сегменті. Водночас технічний нагляд, базуючись на принципах незалежності та безкомпромісного контролю якості, формує фундамент довіри інвесторів, особливо в умовах воєнного стану, коли ризики неналежного виконання робіт зростають. Синергія цих інструментів дозволяє мінімізувати репутаційні втрати та забезпечити високу ліквідність об'єктів нерухомості.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямі полягають у дослідженні механізмів цифровізації наглядових процедур через розширення функціоналу ЄДЕССБ та їхнього впливу на споживчу лояльність. Окремої уваги потребує аналіз автоматизації маркетингових комунікацій, що базуються на реальних даних технічного моніторингу об'єктів будівництва в режимі реального часу.

Література

1. Гриценюк В. В., Руснак А. В., Надточій І. І. Сутність брендингу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7545> (дата звернення: 25.04.2026).

2. Ястремська О. М., Тімонін О. М., Тімонін К. О. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання : монографія. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.

3. Сучасний менеджмент і маркетинг нерухомості: навч. посібник /

Новаковська І. О., Іщенко Н. Ф., Скрипник Л. Р., Славін І. В. Київ: НАУ, 2021. 248 с.

4. Гудзь П. В., Шарова С. В. Теорія і практика розвитку ринку нерухомості регіону: монографія. Запоріжжя: Акцент Інвест-трейд, 2014. 246 с.

5. Білоброва Т. О. Девелопмент на ринку нерухомості України. *Науковий вісник ПУЕТ*. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/3204/1/stattya_development.pdf (дата звернення: 25.04.2026).

6. Сало Я., Синіка О. Особливості брендингу в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-84> (дата звернення: 27.04.2026).

7. Вовчанська О., Іванова Л. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. №38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-32> (дата звернення: 26.04.2026).

8. Верхоглядова Н. І., Кононова І. В., Морозова Є. П. Маркетингові стратегії ринку нерухомості. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2024. №3 (83). Том 2. С.27-34. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17149860522630.pdf> (дата звернення: 28.04.2026).

9. Фісуненко П. А., Подрез В. С., Спиридоненков В.А. Маркетинг в девелоперській діяльності: особливості в умовах цифрової економіки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. С.81-87. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/35_74_4/16.pdf (дата звернення: 28.04.2026).

10. Про затвердження Загальних умов укладення та виконання договорів підряду в капітальному будівництві: Постанова Кабінету Міністрів України від 01.08.2005 р. №668 (зі змінами та доповненнями станом на 2026 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/668-2005-%D0%BF#Text> (дата звернення: 03.05.2026).

11. Про затвердження плану заходів щодо створення та запровадження Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20.05.2020 №565-р. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/565-2020-%D1%80#Text> (дата звернення: 03.05.2026).

12. Про авторський та технічний нагляд під час будівництва об'єктів архітектури: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.07.2007 №903 (редакція станом на 2026 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/903-2007-%D0%BF#Text> (дата звернення: 04.05.2026).

References

1. Hrytseniuk, V. V., Rusnak, A. V. and Nadtochii, I. I. (2019), "The essence of branding and its role in ensuring the competitiveness of the enterprise", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7545> (Accessed 25 April 2026).

2. Yastremska, O. M., Timonin, O. M. and Timonin, K. O. (2013), *Brandy promyslovykh pidpriemstv: formuvannia ta efektyvnist vykorystannia: monohrafiia* [Brands of industrial enterprises: formation and efficiency of use: monograph], KHNEU, Kharkiv, Ukraine.

3. Novakovska, I. O., Ishchenko, N. F., Skrypnyk, L. R. and Slavin, I. V. (2021), *Suchasnyi menedzhment i marketynh nerukhomosti: navch. posibnyk* [Modern real estate management and marketing: study guide], NAU, Kyiv, Ukraine.

4. Hudz, P. V. and Sharova, S. V. (2014), *Teoriia i praktyka rozvytku rynku nerukhomosti rehionu: monohrafiia* [Theory and practice of development of the regional real estate market: monograph], Aktsent Invest-treid, Zaporizhzhia, Ukraine.

5. Bilobrova, T. O. (2026), "Development in the real estate market of Ukraine", *Naukovyi visnyk PUET*, [Online], available at: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/3204/1/stattya_development.pdf (Accessed 25 April 2026).

6. Salo, Ya. and Synika, O. (2024), "Features of branding in war conditions", *Ekonomika ta suspilstvo*, [Online], vol. 66, available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-84> (Accessed 27 April 2026).

7. Vovchanska, O. and Ivanova, L. (2022), "Features of the implementation of marketing tools under martial law", *Ekonomika ta suspilstvo*, [Online], vol. 38, available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-32> (Accessed 26 April 2026).

8. Verkhliadova, N. I., Kononova, I. V. and Morozova, Ye. P. (2024), “Marketing strategies of the real estate market”, *International Scientific Journal “Internauka”*. Series: “Economic Sciences”, [Online], vol. 2, no. 3 (83), available at: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17149860522630.pdf> (Accessed 28 April 2026).

9. Fisunenko, P. A., Podriez, V. S. and Spyrydonenkov, V. A. (2024), “Marketing in development activity: features in the digital economy conditions”, *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika i upravlinnia*, [Online], available at: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/35_74_4/16.pdf (Accessed 28 April 2026).

10. Cabinet of Ministers of Ukraine (2005), Resolution “On approval of General Conditions for the Conclusion and Execution of Contract Agreements in Capital Construction”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/668-2005-%D0%BF#Text> (Accessed 03 May 2026).

11. Cabinet of Ministers of Ukraine (2020), Order “On approval of the action plan for the creation and introduction of the Unified State Electronic System in the sphere of construction”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/565-2020-%D1%80#Text> (Accessed 03 May 2026).

12. Cabinet of Ministers of Ukraine (2007), Resolution “On Author's and Technical Supervision During the Construction of Architectural Objects”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/903-2007-%D0%BF#Text> (Accessed 04 May 2026).

Отримано редакцією журналу / Received: 13.05.26

Прорецензовано / Revised: 22.05.26

Дата публікації / Published: 26.05.26