

4. МАРКЕТИНГ

DOI: <https://doi.org/10.32782/2523-4803/74-4-14>

УДК 339.138:338.4

Фісуненко П.А.

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри девелопменту нерухомості,
фінансів, обліку та маркетингу,
Навчально-науковий інститут
«Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»
Українського державного університету науки і технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1339-5860>

Подієз В.С.

магістрант,
Навчально-науковий інститут
«Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»
Українського державного університету науки і технологій
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0431-1459>

Спиридоненков В.А.

директор,
ТОВ «Дніпро ЗБК»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3328-8357>

Fisunencko Pavlo, Podriez Viktor

Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture
The Ukrainian State University of Science and Technologies

Spyrydonenkov Vitalii

Limited Liability Company “Dnipro ZBK”

МАРКЕТИНГ В ДЕВЕЛОПЕРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ОСОБЛИВОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто особливості маркетингу в девелоперській діяльності в умовах цифрової економіки. Обґрунтовано актуальність дослідження обраної теми, враховуючи поступову переорієнтацію національної економіки на шлях переходу до цифрової економіки. Встановлено, що цифрова економіка охоплює не лише сферу інформатизації та телекомунікацій, але й інші сфери національної економіки, в тому числі й пов'язані із будівництвом та реалізацією об'єктів нерухомості. На підставі вивчення досліджень вітчизняних науковців, окремих документів нормативно-правового характеру розглянуто підходи до розуміння сутності поняття цифрової економіки. Доведено, що маркетингова діяльність девелоперських компаній в умовах переходу до цифрової економіки має застосовувати сучасний інструментарій цифрового маркетингу, орієнтуватися на домінуючі тренди поширення цифрових технологій.

Ключові слова: маркетинг, девелоперська діяльність, цифрова економіка, цифровізація, цифрова трансформація.

Постановка проблеми. В умовах воєнного стану та обмовленої ним невизначеності інвестори, що вкладають кошти в реалізацію проектів будівництва нерухомості, покупці та орендарі набагато більше звертають увагу на стабільність та надійність забудовника, віддають перевагу більш відомим компаніям. Покращити репутацію девелоперської фірми, сформувати її

сприятливий імідж та завоювати довіру і прихильність як інвесторів, так і потенційних покупців або орендарів – одні з найголовніших завдань, які дозволяє вирішувати маркетинг.

При цьому, поряд зі складними зовнішньополітичними та внутрішньополітичними та військовими умовами, на діяльність девелоперських компаній значною

мірою впливає тенденція останніх років до прискореного впровадження в різні сфери життя цифрових технологій. Перехід до цифрової економіки вимагає від девелоперів відповідної реакції у вигляді перебудови внутрішніх процесів, в тому числі, й маркетингової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В дослідженнях багатьох науковців розглядається перехід до цифрової економіки як провідна тенденція розвитку національної економіки України. Зокрема, Веретюк С. та Пілінський В. наголошують на тому, що для України у наявний складний період надзвичайно важливо якнайшвидше трансформувати традиційну економіку в сучасну інформаційну інтелектуальну цифрову [1, с.58], називаючи таку трансформацію безальтернативним шляхом розвитку нашої держави.

На важливості такого переходу акцентують увагу й такі науковці, як Голобородько О., Краус Н., Краус К. [2, с.10–18; 3, с. 211–214; 4], Карчева Г., Огородня Д., Опенько В. [5, с. 13–23], Коляденко С. [6, с.105–112], Саух І., Шиманська В., Момонт Т. [7, с. 230–236], Ус Г., Коваль О. [8, с.70–72], Марченко О. [9, с.34–39], Фурса С., Фурса Є. [10, с.32–38], Чмерук Г. [11, с. 92–97] тощо. Науковці розглядають проблемні питання формування понятійного апарату в даній предметній області, передумови та етапи становлення, тенденції та перспективи розвитку цифрової економіки, вплив на інші процеси, що протікають в суспільстві.

Окремі аспекти маркетингової діяльності в умовах цифрової економіки розглядають Тарасенко І., Казнодій В. – в аспекті маркетингового управління та його трансформації, переосмислення місця і ролі маркетингу в сучасних умовах і на перспективу [12, с. 99–101], Білоусько Т. – щодо тенденцій цифровізації маркетингової діяльності підприємства та новий маркетинговий інструментарій [13], Руденко М., Кирилюк Є., Хуторна М. – вивчаючи основні тренди digital-маркетингу [14, с. 80–87], Шостак Л., Ліпич Л., Морохова В., Миронова Н. – досліджуючи особливості формування маркетингової стратегії підприємств в умовах цифрової трансформації, економіко-політичних змін та воєнного часу [16, с. 86–90].

Водночас, потребують уточнення особливості маркетингової діяльності в умов цифрової економіки, актуальні саме для вітчизняних девелоперських компаній.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є вивчення підходів до розуміння сутності поняття цифрової економіки, визначення специфічних її рис як типу економіки країни та виявлення особливостей маркетингу девелоперських компаній в умовах переходу до цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж говорити про особливості маркетингу в сучасних умовах переходу до цифрової економіки, варто зупинитись на сутності цього поняття та визначенні його специфічних рис.

Слід зазначити, що окремі науковці розглядають цифрову економіку як окрему складову чи окремий сектор національної економіки. Так, Веретюк С. та

Пілінський В. зазначають, що цифрова економіка є складовою частиною економіки, в якій домінують знання суб'єктів та нематеріальне виробництво [1, с. 52].

Подібною думки дотримується Чмерук Т., визнаючи цифрову економіку як окремий сектор економіки, в якому господарська діяльність здійснюється суб'єктами господарювання шляхом застосування інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, де основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані (як числові, так і текстові) [11, с. 95].

Марченко О. вбачає у цифровій економіці доповнення до традиційної економіки, що передбачає виготовлення та реалізацію традиційних товарів і послуг із використанням комп'ютерного обладнання та цифрових систем, зокрема мережі Інтернет [9, с. 36].

Водночас, окремі дослідники сприймають поняття цифрової економіки як синонімічне до понять «економіка знань», «інформаційне суспільство», «нова економіка» тощо. На їх погляд, саме перехід до цифрової економіки сприяє формуванню нової економічної системи, яка замінює індустріальну парадигму.

Голобородько А. виділяє наступні підходи до економічної сутності «цифрової економіки»:

- як економіка, заснована на цифрових технологіях: конвергенції інформаційно-комунікативних технологій, знань, ресурсів;
- як наслідок еволюції та розвитку суспільства, результат і каталізатор інновацій в економіці;
- як розвиток інфраструктури електронного бізнесу та електронної комерції;
- як метод автоматизації обробки цифрових даних;
- як спосіб комунікацій між учасниками соціально-економічної діяльності через мережі та цифрові платформи;
- як мережева економіка потоків і процесів організації діяльності підприємств і суспільства;
- як синтез реального виробництва й електронних платформ;
- як частина економічних відносин, створена цифровими ресурсами на засадах виробництва електронних товарів і сервісів [2, с. 12].

Приділивши значну увагу дослідженню підходів науковців до трактування сутності цифрової економіки, Голобородько А. наводить і власне розуміння цього поняття, визначаючи її як діяльність, яка направлена на посилення впливу інноваційних цифрових технологій на певні ланки інформаційного, матеріального, фінансового, інтелектуального та сервісного потоків на засадах їх інтеграції в усі процеси діяльності підприємства та трансформації його бізнес-моделі [2, с. 14].

Краус Н., Голобородько О., Краус К. трактують цифрову економіку як тип економіки, що характеризується активним впровадженням і використанням цифрових технологій зберігання, обробкою й передачею інформації в усі сфери людської діяльності [4, с. 212].

Як економіку, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях [6, с. 106], на виробництві

електронних товарів і сервісів високотехнологічними бізнес-структурами і дистрибуції цієї продукції за допомогою електронної комерції [6, с. 107] визначає цифрову економіку Коляденко С.

Карчева Г., Огородня Д., Опенько В. трактують цифрову економіку як інноваційну динамічну економіку, що базується на активному впровадженні інновацій та інформаційно-комунікаційних технологій в усі види економічної діяльності та сфери життєдіяльності суспільства, що дозволяє підвищити ефективність та конкурентоспроможність окремих компаній, економіки та рівень життя населення [7, с. 14].

Ус Г. та Коваль О. вбачають у цифровій економіці України трансформацію сфери реалізації товарів, робіт, послуг та сектору реалізації державних послуг завдяки цифровізації потоків інформації за допомогою комп'ютерних технологій [8, с. 71], наголошуючи на тому, що даний процес трансформації є, на даний час, незавершеним.

Орієнтація України на перехід до цифрової економіки закріплена і в окремих документах та нормативно-правових актах.

Ще у 2018 році було розроблено «Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки». В документі зазначено, що цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси [16].

Шлях на впровадження цифрових технологій в усі сфери економіки, активну цифровізацію процесів, що протікають в суспільстві є наразі одним із найбільш пріоритетних для держави.

Слід погодитись з такими науковцями, як Карчева Г., Огородня Д., Опенько В., що країна не може бути успішною в розвитку цифрової економіки за відсутності необхідної нормативно-правової бази, стратегії розвитку економіки, що базується на цифрових технологіях [5, с. 20].

Українським інститутом майбутнього у 2019 році розроблено документ стратегічного характеру «Україна 2030», згідно якого Україна має стати в стратегічній перспективі країною з розвинутою цифровою економікою. В документі цифрова економіка визначається як тип економіки, де ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані: числові, текстові тощо. Зазначено, що їх використання як ресурсу дає змогу істотно підвищити ефективність, продуктивність, цінність послуг та товарів, побудувати цифрове суспільство [17].

При цьому, цифрова економіка має охоплювати не лише сектор інформації та телекомунікацій, але й базові галузі промисловості, сільського господарства, будівництва (тобто усі галузі економічної діяльності), а також всі сектори (державний та приватний, реальний, невиробничий та фінансовий, видобувний, обробний та сектор послуг).

Поступово наповнюється і нормативно-правова база в сфері цифровізації, цифрової трансформації та цифрової економіки.

У 2021 році схвалено «Концепцію розвитку цифрових компетентностей», в якій наголошується на необхідності забезпечення готовності суспільства до таких процесів (тобто процесів глобальної цифровізації економіки, сфер життєдіяльності суспільства), опанування ним ключових комбінацій знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, інших особистих якостей у сфері інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій [18].

Слід окремо зазначити в цьому контексті прийнятий у 2021 році Закон України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» [19], який визначає організаційні, правові та фінансові засади функціонування правового режиму Дія Сіті, що запроваджується з метою стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні шляхом створення сприятливих умов для ведення інноваційного бізнесу, розбудови цифрової інфраструктури, залучення інвестицій, а також талановитих спеціалістів.

Ці нормативно-правові акти не охоплюють усі аспекти розбудови цифрової економіки, але чітко демонструють курс національної економіки на всеохоплюючу цифровізацію та поступовий перехід до цифрової економіки в майбутньому.

Аналіз наукових досліджень та документів нормативно-правового характеру [1–19] дозволив виявити наступні основні особливості цифрової економіки:

- ключова роль даних у економіці, в т.ч. як фактора виробництва;
- високий рівень автоматизації обробки цифрових даних великих обсягів, їх зберігання та передачі;
- поширення інновацій, інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій та платформ (мобільні технології, бізнес-аналітика, хмарні обчислення, соціальні медіа, соціальні мережі тощо);
- активне використання комп'ютерного обладнання, цифрових систем та мережі Інтернет;
- розвиток електронного бізнесу, електронної комерції, тощо;
- вдосконалення потоків та процесів організації діяльності підприємств і суспільства на основі цифровізації.

В таких умовах підхід до ведення бізнесу в усіх сферах потребує кардинальних змін. Це стосується і переорієнтації на нові умови роботи маркетингової діяльності підприємств, в тому числі і девелоперських компаній.

Особливості маркетингу в девелоперській діяльності в умовах цифрової економіки знаходить прояви у двох аспектах, а саме: у розширенні можливостей маркетингу, а також у застосуванні сучасних маркетингових інструментів та трендів в сфері маркетингу (рис. 1).

В умовах цифрової економіки розширюються можливості маркетингу в девелоперській діяльності в сфері збору, зберігання й аналізу великих обсягів структуро-



Рис. 1. Прояви особливостей маркетингу в девелоперській діяльності в умовах цифровізації

Джерело: систематизовано авторами на основі [12–15]

ваної й неструктурованої інформації для розробки маркетингових рішень, залучення додаткової інформації про ринок, потенційних покупців / орендарів, учасників девелоперської діяльності, багатоканального поширення інформації про девелопера, забудовника, проект, формування сприятливого іміджу, налагодження взаємодії зі своїми клієнтами на більш персоналізованому рівні. Грамотне використання цих можливостей може значною мірою сприяти залученню покупців та інвесторів, налагодженню довгострокової взаємодії із партнерами тощо.

Таке розширення можливостей пов'язане, в першу чергу, із застосуванням сучасних маркетингових інструментів та трендів в сфері маркетингу, до яких відносяться Big Data (технології обробки великих масивів даних), штучний інтелект, гейміфікація, чат-боти, маркетинг в соціальних мережах, онлайн-заходи, SEO (пошукові оптимізаційні системи), голосовий пошук, багатоканальний маркетинг, доступ до сайту на різних стаціонарних та мобільних пристроях, персоналізований брендинг тощо.

Висновки. Таким чином, в сучасних умовах в Україні спостерігається тенденція поступового переходу до цифрової економіки, що вносить свої корективи в організацію процесів як на стадії виробництва, так і на стадії реалізації продукції різних галузей економіки. Не виключенням є маркетингова діяльність в девелопменті. Впровадження цифрових технологій суттєво розширює можливості для маркетингу девелоперських компаній завдяки застосуванню сучасних маркетингових інструментів та трендів.

Водночас, через постійне вдосконалення цифрових технологій необхідно забезпечити постійне відстежування ринку Інтернет-технологій з метою використання останніх досягнень, а широкое застосування комп'ютерної техніки та технологій обміну даними висуває підвищені вимоги до системи безпеки цифрового середовища девелоперської фірми з метою забезпечення комплексного захисту персональних даних покупців, орендарів, інвесторів, забудовників, посередників, постачальників та інших учасників процесу реалізації девелоперського проекту.

Список літератури:

1. Веретюк С.М., Пілінський В.В. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. *Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку*. 2016. № 2. С. 51–58.
2. Голобородько А.Ю. Цифрова економіка: підходи та особливості розвитку. *Бізнес Інформ*. 2022. № 9. С. 10–18. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-9-10-18> (дата звернення: 12.10.2024).
3. Краус Н.М., Краус К.М. Цифровізація в умовах інституційної трансформації економіки: базові складові та інструменти цифрових технологій. *Інтелект XXI*. 2018. № 1. С. 211–214.

4. Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6047> (дата звернення: 12.10.2024).
5. Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенько В.А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3. С. 13–23.
6. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 6. С. 105–112.
7. Саух І.В., Шиманська В.В., Момонт Т.В. Цифрова економіка України: сучасний стан, тенденції, проблеми розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 1. С. 230–236.
8. Ус Г.О., Коваль О.О. Цифрова економіка, її розвиток та економічна характеристика. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 6. Том 1. С. 70–72.
9. Марченко О. Цифрова економіка в Україні: основні тенденції та перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник*. 2020. №4 (65). С. 34–39. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/65/861.pdf> (дата звернення: 12.10.2024).
10. Фурса С.Я., Фурса Є.І. Цифрова економіка як законодавчий термін: проблемні питання формування понятійного апарату. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія: Право*. 2023. Вип. 75. Ч. 2. С. 32–38. DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.75.2.5> (дата звернення: 12.10.2024).
11. Чмерук Г.Г. Цифрова економіка як окремий сектор національної економіки держави. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 27(2). С. 92–97.
12. Тарасенко І.О., Казнодій В.О. Актуальні аспекти маркетингового управління в умовах цифровізації. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 квітня 2023 року. Київ: КНУТД, 2023. С. 99–101.
13. Білоусько Т.М. Цифровізація маркетингової діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-76> (дата звернення: 12.10.2024).
14. Руденко М.В., Кирилюк Є.М., Хуторна М.Е. Цифровізація: маркетингові тренди та платформи реалізації. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. № 5–6 (294–295). С. 80–87.
15. Шостак Л.В., Ліпич Л.Г., Морохова В.О., Миронова Н.С. Особливості формування маркетингової стратегії розвитку підприємства в умовах цифрової трансформації, економіко-політичних змін та воєнного часу. *Трансформаційна економіка*. 2023. Вип. 4 (04). С. 86–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-4-15> (дата звернення: 12.10.2024).
16. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Розпорядження від 17 січня 2018 р. № 67-р / Кабінет міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення: 12.10.2024).
17. Україна 2030. Український інститут майбутнього. Київ, 2019. URL: <https://www.slideshare.net/slideshow/digital-strategy-2030-145529503/145529503> (дата звернення: 12.10.2024).
18. Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації. Розпорядження від 3 березня 2021 р. № 167-р. Кабінет міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text> (дата звернення: 12.10.2024).
19. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні. Закон України від 15 липня 2021 р. № 1667-IX. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text> (дата звернення: 12.10.2024).

References:

1. Veretiuk S. M., Pilinskyi V. V. (2016) Vyznachennia priorytetnykh napriamkiv rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Ukraini [Determination of priority directions for the development of the digital economy in Ukraine]. *Scientific notes of the Ukrainian Research Institute of Communications*, no. 2, pp. 51–58.
2. Holoborodko A. Yu. (2022) Tsyfrova ekonomika: pidkhody ta osoblyvosti rozvytku [Digital economy: approaches and features of development]. *Biznes Inform – Business Inform*, no. 9, pp. 10–18. Available at: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-9-10-18> (accessed October 12, 2024).
3. Kraus N.M., Kraus K.M. (2018) Tsyfrovizatsiia v umovakh instytutsiinoi transformatsii ekonomiky: bazovi skladovi ta instrumenty tsyfrovoykh tekhnolohii [Digitization in conditions of institutional transformation of the economy: basic components and tools of digital technologies]. *Intelligence XXI*, no. 1, pp. 211–214.
4. Kraus N. M., Holoborodko O. P., Kraus K. M. (2018) Tsyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avanharnoho kharakteru rozvytku [Digital economy: trends and perspectives of avant-garde development]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, no. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6047> (accessed October 12, 2024).
5. Karcheva H. T., Ohorodnia D. V., Openko V. A. (2017) Tsyfrova ekonomika ta yii vplyv na rozvytok natsionalnoi ta mizhnarodnoi ekonomiky [Digital economy and its influence on the development of the national and international economy]. *Financial space*, no. 3, pp. 13–23.
6. Koliadenko S. V. (2016) Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennia v Ukraini i u sviti [Digital economy: prerequisites and stages of formation in Ukraine and in the world]. *Economy. Finances. Management: topical issues of science and practice*, no. 6, pp. 105–112.
7. Saukh I. V., Shymanska V. V., Momont T. V. (2019) Tsyfrova ekonomika Ukrainy: suchasnyi stan, tendentsii, problemy rozvytku [Digital economy of Ukraine: current state, trends, development problems]. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, no. 1, pp. 230–236.

8. Us H. O., Koval O. O. (2021) Tsyfrova ekonomika, yii rozvytok ta ekonomichna kharakterystyka [Digital economy, its development and economic characteristics]. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, no. 6, vol.1, pp. 70–72.
9. Marchenko O. (2020) Tsyfrova ekonomika v Ukraini: osnovni tendentsii ta perspektyvy rozvytku [Digital economy in Ukraine: main trends and development prospects]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk* [Galician Economic Herald] (electronic journal), no. 4 (65), pp. 34–39. Available at: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/65/861.pdf> (accessed October 12, 2024).
10. Fursa S. Ia., Fursa Ye. I. (2023) Tsyfrova ekonomika yak zakonodavchyi termin: problemni pytannia formuvannia poniatiinoho aparatu [Digital economy as a legislative term: problematic issues of conceptual apparatus formation]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnogo Universytetu. Seriya: Pravo – Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: Law*, vol. 75, part 2, pp. 32–38. DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.75.2.5> (accessed October 12, 2024).
11. Chmeruk H. H. (2019) Tsyfrova ekonomika yak okremiy sektor natsionalnoi ekonomiky derzhavy [Digital economy as a separate sector of the national economy of the state]. *Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: International economic relations and world economy*, vol. 27(2), pp. 92–97.
12. Tarasenko I. O., Kaznodii V. O. (April 25, 2023) Aktualni aspekty marketynhovoho upravlinnia v umovakh tsyfrovizatsii [Current aspects of marketing management in conditions of digitalization]. *Proceedings of the Imperatyvy ekonomichnoho zrostantia v konteksti realizatsii hlobalnykh tsilei staloho rozvytku: materialy Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsi*. Kyiv : KNUTD, pp. 99–101.
13. Bilousko T. M. (2023) Tsyfrovizatsiia marketynhovoï diialnosti pidpriemstva [Digitization of marketing activities of the enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-76> (accessed October 12, 2024).
14. Rudenko M. V., Koryliuk Ye. M., Khutorna M. E. (2022) Tsyfrovizatsiia: marketynhovi trendy ta platformy realizatsii [Digitization: marketing trends and implementation platforms]. *Scientific Bulletin of Odessa National Economic University*, no. 5–6 (294–295), pp. 80–87.
15. Shostak L. V., Lypych L. H., Morokhova V. O., Myronova N. S. (2023) Osoblyvosti formuvannia marketynhovoï stratehii rozvytku pidpriemstva v umovakh tsyfrovoy transformatsii, ekonomiko-politychnykh zmin ta voiennoho chasu [Peculiarities of the formation of a marketing strategy for the development of an enterprise in the conditions of digital transformation, economic and political changes and wartime]. *Transformatsiina ekonomika – Transformational economy*, vol. 4 (04), pp. 86–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-4-15> (accessed October 12, 2024).
16. Kabinet ministriv Ukrainy (2018) *Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018–2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii. Rozporiadzhennia vid 17 sichnia 2018 r. № 67-r* [On the approval of the Concept of the development of the digital economy and society of Ukraine for 2018–2020 and the approval of the plan of measures for its implementation. Decree of January 17, 2018 No. 67-r]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (accessed October 12, 2024).
17. Ukrainskyi instytut maibutnoho (2019) *Ukraina 2030* [Ukraine 2030] (electronic resource) Available at: <https://www.slideshare.net/slideshow/digital-strategy-2030-145529503/145529503> (accessed October 12, 2024).
18. Kabinet ministriv Ukrainy (2021) *Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoykh kompetentnostei ta zatverdzhennia planu zakhodiv z yii realizatsii. Rozporiadzhennia vid 3 bereznia 2021 r. № 167-r* [On the approval of the Concept of the development of digital competences and the approval of the plan of measures for its implementation. Decree of March 3, 2021 No. 167]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text> (accessed October 12, 2024).
19. Verkhovna Rada Ukrainy (2021) *Pro stymuliuvannia rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Ukraini. Zakon Ukrainy vid 15 lypnia 2021 r. № 1667-IX* [On stimulating the development of the digital economy in Ukraine. Law of Ukraine dated July 15, 2021 No. 1667-IX]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text> (accessed October 12, 2024).

MARKETING IN DEVELOPMENT ACTIVITIES: FEATURES IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

The article explores marketing activity in development from the point of view of its modern content in conditions associated with the constant growth of the role and importance of digital technologies. The purpose of the article was to study the essence of the concept of the digital economy, to determine its specific features as a type of the country's economy, and to identify the marketing features of development companies in the conditions of the transition to the digital economy. The relevance of the research of the chosen topic is substantiated, taking into account the gradual reorientation of the national economy towards comprehensive digitalization. It has been established that the digital economy covers not only the sphere of informatization and telecommunications, but also other spheres of the national economy, including those related to the construction and sale of real estate objects. Approaches to understanding the essence of the concept of the digital economy are considered based on the study of research by domestic scientists and individual documents of a regulatory and legal nature. It has been proven that the active adoption of normative legal acts in the field of digitalization indicates the course of the national economy adopted at the state level for a gradual transition to the digital economy in the future. The main features of the digital economy are systematized. It was established that in today's conditions

of increased instability, an extremely important task for the developer is the formation of his own favorable image as a reliable partner in order to win the trust of potential consumers and tenants of real estate, investors, etc. Thoughtful and balanced marketing decisions help to solve this task. It was proposed to consider the peculiarities of marketing in development in the conditions of the digital economy from the point of view of two aspects: the expansion of marketing opportunities and the use of modern marketing tools and trends. It has been proven that the marketing activities of development companies in the conditions of the transition to the digital economy should use modern digital marketing tools and focus on the dominant trends in the spread of digital technologies.

Key words: *marketing, development activity, digital economy, digitalization, digital transformation.*