

СТАН РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

*Ліляк В. С., здобувач вищої освіти групи ПУА 3/1
Ткаченко А. О., здобувач вищої освіти групи ПУА 3/1
Миколаївський національний аграрний університет*

Досліджено зміни та розвиток маркетингу з 2013 по 2019 роки. Виділено тенденції та нові види діяльності у маркетингу.

Ключові слова: маркетинг, тенденції, маркетолог, споживачі, Інтернет-маркетинг, діджітал-маркетинг.

Проаналізувавши вітчизняний ринок, зроблено наступні висновки, що запорукою успіху будь-якої фірми на ринку є вміння знайти і задовольнити потреби споживачів. Неоднозначно склалася ситуація щодо практичного застосування маркетингу, хоч і в цьому напрямі багато що змінилося. Так, сьогодні можна стверджувати про відсутність стратегічного бачення ролі маркетингових служб в майбутньому успіху компанії, її топ-менеджерів або ж про неправильне розуміння цієї ролі, але аж ніяк не про відсутність самого маркетингу.

Видатні маркетологи робили прогнози, починаючи з 90-х років, які, на їх думку, примусять розвиватись не лише маркетинг, але й підприємство. Виділимо основні тенденції, які будуть використовуватись у маркетинговій діяльності вітчизняних фірм найближчим часом:

1. За останні роки, починаючи з 2013 року, спостерігалася тенденція пошуку нових, молодих і креативних спеціалістів, які розуміються на технологіях та вміють зацікавити споживача. Проблемна ситуація полягає у тому, що більшість з набутих протягом історії розвитку маркетингової діяльності методів, технологій та прийомів сьогодні на практиці є недієвими. Тому маркетологам необхідно вивчати нові тренди ринку та шляхи просування товарів або послуг [1,2].

2. У 2013 році розпочався швидкий розвиток Інтернету – як каналу комунікації та дистрибуції. На сьогоднішній день порівняно з попередніми роками маркетинг має значні зміни. З покращенням технологій та зміни суспільства, маркетологи почали розробляти підходи задля заохочення певної аудиторії у товарах, послугах тощо, які покупець хоче придбати, тим самим пропонуючи зручні умови при придбанні. Маючи психологічний підхід, через рекламу у соціальних мережах, популярних журналах тощо, підприємство пропонує продукцію споживачеві [3].

3. З 2016 року ефективним каналом комунікації з клієнтами залишається E-mail [4].

4. Трендом, який почав активно розвиватися ще у 2016 році і до тепер є digital-маркетинг. Основною тенденцією стають програми цифрової трансформації, які продовжують набирати популярність. Відносна дешевість, можливість оперативно отримувати фідбек від споживача та ряд інших моментів зробили digital-сегмент дуже привабливими. Крім того, компанії також зацікавлені в реалізації інтегрованих стратегій цифрового маркетингу, що охоплюють кілька каналів зв'язку зі споживачами. Наразі актуальним також стає використання омніканального маркетингу [5,6].

5. Інтерактивний відеоконтент. Відеомаркетинг має тенденцію до зростання протягом багатьох років. Але у 2019 році існують додаткові зміни у способі використання відео. Йдеться про інтерактивні відео. З 2015 року відеоконтенту стало більше. Маркетологи активніше використовують

відеохостінги в якості каналів просування свого продукту (реклама перед відеороликами, ведення відеоблогів, вірусні ролики) [4].

6. Новим трендом у 2018-2019 роках є технологія маяка, або Beacon. Технологія маяка схожа на GPS, але вона не така складна. Підприємства використовують технологію маяків для залучення клієнтів, особливо в роздрібних магазинах [7].

7. Реклама в Facebook та Instagram є досить актуальною. Платна реклама в соціальних мережах не нова, але тенденції виразно змінюються, починаючи ще з 2006 року до сьогодні, вона суттєво зростає. Фактично, за минулий рік 31% брендів в Instagram використовують рекламу. Ця кількість зросла з 4% у 2015 році до 24% у 2017 році. Обсяг реклами на цій платформі зріс майже у вісім разів всього за чотири роки.

Оскільки Facebook володіє Instagram, управління рекламними кампаніями обох соціальних мереж відбувається на одній платформі. Такий формат значно спрощує створення реклами для цільової аудиторії, виходячи з її потреб. Типи реклами, які можна розміщувати між Facebook та Instagram, також різноманітні. Компанії можуть тестувати ці формати, щоб зрозуміти, що який результат буде ефективніший [8].

Наразі проблемна ситуація полягає у тому, що більшість з набутих протягом історії розвитку маркетингової діяльності методів, технологій і прийомів сьогодні на практиці є недієвими. Це пояснюється, по-перше, тим, що «світ» змінився, змінилися споживачі, їх смаки, звички та моделі споживчої поведінки. По-друге, лівова частка маркетингових зусиль українських компаній гуртується біля двох напрямів: продаж та просування. А це, у свою чергу, протистоїть новим вимогам ринку, де актуальності набувають ефективні комунікації, унікальність та доступність продукту, інтегрований брендинг.

Таким чином, усе вищезазначене дає підстави стверджувати, що для покращення стану маркетингу в Україні доцільно запроваджувати такі заходи: звертатися до конкретної аудиторії (таргетинг), орієнтуватися на конкретний

пошуковий запит, завжди вивчати дані, щоб отримати більш глибоке розуміння потреб, бажань цільової аудиторії, застосовувати ресурси із статистикою для інтернет - маркетологів, персоналізація.

Література:

1. Аверіна О. Сучасні маркетингові тенденції / О.Аверіна // Нова парадигма. – 2016. – Вип.129. – С. 92-100. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UGRN/Nora_2016_129_10.
2. Маркетинг в 2013 году: легкой жизни не предвидится, но уровень профессионализма маркетологов вырастет (результаты блиц-опроса экспертов)// Маркетинг и реклама. – № 1. – 2013. – С.12-21.
3. Украинский маркетинг: основные тренды – пессимизм и вера в онлайн (по результатам блиц-опроса экспертов)// Маркетинг и реклама. – № 1. – 2016. – С.6-14.
4. 10 трендов маркетинга 2019, о которых нужно знать <https://five.kiev.ua/10-trendov-marketinga-2019-o-kotoryh-nuzhno-znat/>.
5. Малыш А. 2018 год станет годом аналитики и омниканальных коммуникаций / А.Малыш // Маркетинг и реклама. – №1. – 2018. – С.22-23.
6. Маркетинговые тенденции 2018 года: надежды на оживление (результаты блиц-опроса экспертов)// Маркетинг и реклама. – № 1. – 2018. – С.8-13.
7. 5 Things You Need to Know About Beacon Technology. – Режим доступу: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2018/10/04/beacon-technology>.
8. 4 тренда нового маркетинга // Маркетинг и реклама. – №1. – 2018. – С.52-57.

Annotation

The changes and development of marketing from 2013 to 2019 years are investigated. Trends and new marketing activities are pointed out.

Key words: *marketing, trends, marketer, consumers, Internet-marketing, digital-marketing.*

**Науковий керівник – Стамат В.М.,
канд.екон.наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв**