

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА РИНКУ ВЕБ-ПРОЕКТІВ

Давидова Я.В.

Науковий керівник – І.А. Романюк, доцент

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка. 61002, Харків, вул. Алчевських, 44, кафедра маркетингу та медіакомунікацій. e-mail: romaniuk.iryana@ukr.net

Сьогодні має місце стрімка зміна ринку розробки веб-проектів. Технологічна складність цієї розробки демонструє зростання і значимість бізнес-аналітики. Компаніям потрібно все більш складна аналітика бізнес-процесів, детальне вивчення цільових аудиторій і продукції, що буде приводити до збільшення термінів і вартості розробки. Сьогодні методологію в клієнтському секторі можна вважати досить відсталою. Великими компаніями здійснюється діяльність на основі неефективних і величезних технічних завдань. Клієнти не спираються на гнучкість, швидкість змін і швидкість реакції, вони орієнтуються на такі методики ведення проектів, які вже застаріли.

Набирає обертів тенденція створення великими компаніями внутрішніх діджитал-департаментів з власною розробкою. Такими компаніями ведеться зазвичай паралельно ряд проектів довгострокового характеру, на які ними здійснюються витрати маркетингових бюджетів. Витрати ці часто виявляються марними, так як має місце недооблік або неврахування ризиків.

Агентський ринок в цих умовах страждає через витік великих проектів і клієнтів. Ще одна тенденція – це подальший розвиток ринку доповненої реальності. Вартість VR-девайсів тут дуже висока, тому чекати вибухів не доводиться. І в той же час можна очікувати, що послуга буде набирати обертів. Основною тенденцією можна вважати тренд поступового зникнення в веб-розробці середнього сегменту і зростання попиту на індивідуальні рішення. Старі клієнти з середнього і малого бізнесу не бажають проводити витрати свого часу і грошей, а бізнесмени-початківці прагнуть до випробування нових напрямків.

Сьогодні компанії прагнуть до швидкого і не дорогого запуску сайтів і випробуванню нових ідей, перевіряючи їх життєздатності за допомогою шаблонних рішень. Це дає їм шанс швидкого отримання недорогого ресурсу з великими функціональними можливостями і хорошим дизайном.

Література:

1. Вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств. Молодь і сільськогосподарська техніка у XXI сторіччі: Зб. матер. XVI-й Міжнар. форум молоді. Харків: ХНТУСГ. 2020. С. 206.
2. Kviatko T., Azizov O. Features of developing a digital marketing strategy for a company. The III International Science Conference on E-Learning and Education, February 2-5, 2021, Lisbon, Portugal. С. 100-101.