

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

**Мігяєва Т.Л.**, канд. екон. наук, доц.  
викладач циклової комісії харчових технологій  
та готельно-ресторанної справи  
ВСП «Харківський торговельно-економічний  
фаховий коледж ДТЕУ», Україна

**Прядко О.М.**, канд. екон. наук, доц.  
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сьогодні маркетинг зазнає значних змін під впливом новітніх технологій, цифровізації та змін в поведінці споживачів. Ці трансформації не тільки створюють нові виклики для підприємств, але й відкривають безліч можливостей для ефективного ведення бізнесу. Розглянемо ключові виклики та можливості, з якими стикається сучасний маркетинг.

1. Цифровізація та технологічний прогрес. Сьогоднішній маркетинг неможливо уявити без цифрових технологій. Однак швидкий розвиток технологій створює нові вимоги до підприємств, які мають встигати адаптуватися до змін.

2. Зміни в поведінці споживачів. Сучасний споживач став більш вибагливим і поінформованим, що ускладнює завдання залучення його уваги. Крім того, пандемія COVID-19 значно вплинула на споживчу поведінку, спонукаючи людей частіше купувати онлайн, шукати більш персоналізовані рішення та звертати увагу на соціально відповідальні бренди.

3. Зростаюча конкуренція на глобальному ринку. Інтернет зробив ринок глобальним і прозорим, дозволяючи споживачам легко порівнювати продукти та послуги.

4. Проблеми з конфіденційністю даних. У міру збільшення використання персоналізованого маркетингу та збору даних про користувачів, виникають питання щодо безпеки та конфіденційності інформації. Регуляторні акти, такі як GDPR в Європі, встановлюють суворі вимоги до обробки даних, і компанії повинні знаходити баланс між персоналізацією та захистом приватної інформації.

До можливостей сучасного маркетингу можна віднести:

1. Персоналізація на новому рівні. Сучасні технології дозволяють маркетологам створювати глибоко персоналізовані пропозиції для клієнтів. Завдяки великим даним та штучному інтелекту компанії можуть аналізувати поведінку споживачів, їхні вподобання та потреби,

щоб надати максимально релевантний контент та продукти. Персоналізація покращує взаємодію з клієнтами та збільшує лояльність.

2. Інтеграція цифрових каналів. Одна з ключових можливостей сучасного маркетингу – це ефективне використання різноманітних цифрових каналів, таких як соціальні мережі, електронна пошта, контент-маркетинг і пошукова оптимізація (SEO). Синергія між цими інструментами дозволяє досягати максимальної ефективності рекламних кампаній, охоплювати широку аудиторію та взаємодіяти з нею в режимі реального часу.

3. Маркетинг впливу (influencer marketing). Зростання популярності соціальних мереж призвело до появи маркетингу впливу, коли компанії співпрацюють з лідерами думок для просування своїх продуктів.

4. Штучний інтелект та автоматизація. Це ще один з потужних інструментів сучасного маркетингу. Вони дозволяють аналізувати велику кількість даних, автоматизувати рутинні завдання, а також передбачати поведінку споживачів. Наприклад, чат-боти на основі ШІ покращують обслуговування клієнтів, надаючи швидкі відповіді та підтримку 24/7 [1].

5. Використання віртуальної та доповненої реальності. Віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR) стають інструментами, що дозволяють створювати нові враження для споживачів. Вони можуть випробувати продукти перед покупкою або віртуально відвідати магазин. Це підвищує рівень залученості та покращує споживчий досвід.

Сучасні трансформації маркетингу – це виклик для традиційних підходів до просування продуктів і послуг, але водночас це можливість для компаній стати ближчими до споживачів, використовуючи нові технології та методи взаємодії. Персоналізація, автоматизація, аналітика та впровадження нових каналів комунікації дозволяють підвищувати ефективність маркетингових стратегій та знаходити нові шляхи до успіху на ринку.

#### Список використаних джерел

1. Олініченко К.С., Прядко О.М. Використання штучного інтелекту в умовах цифрового освітнього середовища. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі*: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2023 р. Харків: ДБТУ, 2023. С. 164-166.