

УДК 339.13

Скочеляс Діана

Skochelyas Diana

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ MODERN MARKETING DEVELOPMENT TRENDS**

Сьогодні маркетинг охоплює усі види економічної діяльності підприємства та удосконалюється разом із прогресом соціально-економічних відносин в Україні. Водночас даний процес набуває особливої актуальності відповідно до швидкого розвитку світової економіки та ефективного ведення підприємницької діяльності.

Маркетинг як економічний процес забезпечує контакт виробника і споживача, сприяє раціональній орієнтації суспільного виробництва та відтворення, забезпечує ефективність обмінів між учасниками на ринку. При цьому маркетинг є цілеспрямованим початком виробництва, засобом зведення до мінімуму невідповідності попиту і пропозиції. Завдяки йому встановлюється і постійно підтримується не тільки товарний, але й інформаційний обмін між потенційними учасниками ринкових відносин. Потреба в ньому тим вища, чим більше виробників однорідної продукції протистоїть запитам споживачів [1, с. 43].

Нині маркетинг виступає ключовою ланкою формування та збереження конкурентоспроможності підприємств, слугує основою стратегічного управління. З огляду на сучасну наукову думку, можна зазначити такі тенденції розвитку маркетингу: 1. Для ненасичених ринків є характерним маркетинг, «зорієнтований на продукт», а сучасний маркетинг – це «маркетинг зорієнтований на споживача». Проте найбільш провідним підприємствам під силу здійснювати «змішаний маркетинг», зорієнтований як на продукт, так і на споживача. 2. Сучасний маркетинг

можна назвати «інноваційним» та стратегічним. Інноваційний підхід – це операційний маркетинг, що складається зі стратегічного маркетингу, а саме, аналізу сегментації, привабливості, рівня конкурентоспроможності, ретельного вивчення бюджету, а також контролю за стратегією та розвитком.

Серед вихідних завдань стратегічного інноваційного маркетингу вагоме місце посідає розробка системи заходів проникнення нововведень на ринок. При цьому, в основу стратегічних маркетингових досліджень закладено аналіз ринку з вдосконаленням його сегментів, організацією і формуванням попиту, моделюванням поведінки покупця.

Сучасний маркетинг повинен базуватися на швидкому та гнучкому плануванні нововведень, в центрі яких завжди повинен бути споживач. Нові продукти можуть створити нові ринки, а на існуючих ринках допоможуть потіснити конкурентів [2, с. 25].

Отже, найважливішою характеристикою сучасного маркетингу є виявлення нових потреб чи нових форм задоволення вже існуючих потреб, орієнтація виробництва на задоволення реально наявного попиту, а завдяки цьому – випередження конкурентів. У наслідок розвитку технологій і нових ринків роль маркетингу в підприємствах протягом найближчих років буде набувати все більшого значення. Основними тенденціями в маркетингу виступатимуть нові ринки, нові медіа технології, методи та підходи до кращого розуміння потреб та смаків споживачів.

**Перелік посилань:** 1) Піскун О.О. Розвиток сучасного маркетингу /О.О. Піскун //Управління розвитком. – 2014. – №5. – С. 42-45. 2) Логвіна Ю.М Сучасні тенденції розвитку маркетингу в Україні /Ю.М. Логвіна, Г.О. Лихачева, Д.П. Михайлова //Маркетинг и менеджмент. – 2014. – №6. – С. 21-26.