

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-98>

УДК 339.138:[339.137.2:004.9]

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ DIGITAL ТРЕНДИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

CURRENT DIGITAL MARKETING TRENDS TO INCREASE THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE COMPANY

Захаренко-Селезньова Анжела

старший викладач кафедри маркетингу,
Полтавський університет економіки і торгівлі
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1292-4396>

Zakharenko-Seleznyova Angela

Poltava University of Economics and Trade

Стаття присвячена виявленню сучасних маркетингових digital трендів, для підвищення конкурентних переваг підприємства та вплив digital трендів на конкурентоспроможність. Проаналізовано наукові дослідження що пов'язані як з питаннями підвищення конкурентних переваг підприємства, так і з застосуванням digital тенденцій. Досліджено та поєднано сучасні digital тренди щодо удосконаленням конкурентоспроможності. Окреслено вимоги сьогодення задля підвищення конкурентних переваг підприємства через дотримання основних позицій. Виокремлено основні маркетингові digital тренди за 2024 рік і спрогнозовані на 2025 рік. Визначено загальні маркетингові тенденції на 2025 рік. Доведено що для успішного функціонування підприємства в умовах високої конкуренції бажано вже сьогодні сконцентрувати зусилля на перспективних маркетингових тенденціях які стрімко змінюються, а підприємствам необхідно пристосуватись до маркетингових digital трендів щоб залишатись конкурентоспроможними та потужними гравцями у сучасному ринку.

Ключові слова: маркетинг, digital тренди, маркетингові тренди, маркетинг підприємства, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.

The article is devoted to the identification of modern marketing digital trends to increase the competitive advantages of the enterprise and the impact of digital trends on competitiveness. The competitive advantages of enterprises, taking into account the complexity of the military situation in the country, depend not only on the successful use of modern marketing tools at the enterprise, but also on how prospective marketing trends will be applied and adapted to increase the competitive advantages of the enterprise. Scientific works related both to the issues of increasing the competitive advantages of the enterprise and to the application of digital trends have been studied. Modern digital trends regarding improving competitiveness were analyzed and combined. Today's requirements for increasing the company's competitive advantages through compliance with the main positions of marketing trends are outlined. The main digital marketing trends for 2024 and forecast for 2025 are highlighted. General marketing trends for 2025 have been determined. It has been proven that for the successful functioning of the enterprise in conditions of high competition, it is desirable to concentrate efforts on promising marketing trends that are rapidly changing. The complex application of modern marketing digital trends to increase the competitive advantages of the enterprise helps to improve marketing efforts as much as possible, reduce their cost, and also increase profit on invested funds. Of particular importance is the digital environment, which allows enterprises to quickly respond to changes in the market in terms of consumer behavior. Digital marketing tools also enable real-time feedback and instant response, as well as capture and use data to make immediate changes to your marketing strategy based on consumer response. Therefore, this opportunity provides an increase in return on investment indicators, as enterprises have the opportunity to systematically improve their work, quickly optimize marketing messages and improve information transmission channels in accordance with previously received customer data, which is the main advantage of the company's competitiveness.

Keywords: marketing, digital trends, marketing trends, enterprise marketing, competitiveness, competitive advantages.

Постановка проблеми. В умовах сьогодення ринкова діяльність підприємств асоціюється з певною мірою ризиків, невизначеності, стрімкої зміни факторів маркетингового середовища які суттєво впливають на конкурентоспроможність. Конкурентні переваги підприємств, враховуючи складність військового стану в країні, залежать не лише від вдалого використання сучасних інструментів маркетингу на підприємстві, але і від того як будуть застосовуватись та адаптовуватись перспективні маркетингові тренди для підвищення конкурентних переваг підприємства.

Застосування маркетингу підприємства, який ґрунтується на системному підході, як запорука ефективної діяльності і прогресу підприємств в умовах військового стану, це вже є тренд для підвищення конкурентоспроможності. Безперервні зміни в зовнішньому середовищі, намагання інтеграції підприємств України в європейський економічний простір, підвищення рівня ризиків та невизначеність в умовах військового стану перешкоджає діяльності вітчизняних підприємств що призводить до пошуку більш продуктивних векторів економічного розвитку. За умов постійно зростаючої конкуренції виникає необхідність використання потенціалу digital трендів, як потужних сучасних інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями що пов'язані із підвищенням конкурентоспроможності підприємств як загалом так і в умовах цифровізації приділяли увагу багато науковців як видно із їх публікацій. серед них є закордонні вчені Ф. Котлер, І Ансофф, М. Портер, Д. Чейфі, Г. Райт та вітчизняні науковці С. О. Пермінова, О. М. Савицька, Роман Скрупник, Ю. М. Котельникова, О. М. Дюк, Н. А. Даляк, Н. В. Карпенко, М. М. Іваннікова. В їх дослідженнях відображені процеси підвищення конкурентних переваг підприємства за допомогою сучасних digital трендів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри те що безліч наукових досліджень пов'язані як з питаннями підвищення конкурентних переваг підприємства, так і з застосуванням digital тенденцій, виникає необхідність поєднати сучасні digital тренди із удосконаленням конкурентоспроможності.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виявлення сучасних маркетингових digital трендів, для підвищення конкурентних

переваг підприємства та вплив digital трендів на конкурентоспроможність.

Виклад основного матеріалу дослідження. Події що відбуваються в Україні безумовно впливають на маркетинг в цілому і формують маркетингові тренди, відштовхуючись від змін споживчої поведінки та вимагаючи адаптації маркетингу до умов сьогодення. Кризова ситуація в країні вимагає від підприємств зміни у маркетингових комунікаціях, адаптації діяльності підприємств до актуальних вимог військового часу та активної участі у громадських справах. Саме тому підприємствам необхідно дуже обережно змінювати підходи до маркетингу, дотримуючись прозорості та відповідальної комунікації, враховуючи чутливість споживачів до змін. У сфері маркетингової діяльності підприємства усвідомлюють що події в Україні впливають як на діяльність підприємств так і на маркетингові тренди на різних рівнях. Тим не менш необхідно зрозуміти що цей вплив залежить від конкретної природи подій в країні та їх вплив як на суспільство так і на бізнес [7].

Економічна ситуація в країні в умовах невизначеності призводить до змін у споживацькому підході. Саме тому для підвищення конкурентних переваг маркетингологи повинні враховувати нові маркетингові тренди задля задоволення потреб та запитів споживачів, підвищення рівня довіри до підприємств. Необхідно усвідомити, що вплив подій на маркетинг та його тренди є динамічним і залежить від конкретного контексту. В даний час світові маркетингові тренди впливають на їх адаптацію до ринку України, але не всі вони можуть бути ефективними як через воєнний стан так і через особливості вітчизняного ринку, менталітет споживачів [2].

Для того щоб підвищити конкурентні переваги, утримати своїх споживачів, здобути прихильність нових клієнтів підприємствам необхідно обережно та відповідально використовувати маркетингові тренди. Вимоги сьогодення задля підвищення конкурентних переваг підприємства - це дотримання наступних позицій:

1. Відмова від стратегії замовчування та уникнення суспільних тем, що «не стосується» діяльності підприємства.

2. Мінімізація використання інфо приводів які пов'язані з подіями в країні, особливо коли це є зайвим та недоречним.

3. Демонстрація прозорості та зрозумілої політичної, екологічної, культурної, соціальної

позиції підприємства, яка підтверджена діями на користь суспільства.

4. Дотримання обіцянок які доводяться через комунікації та утримання від нездійснених обіцянок.

5. Зміна фокусу на відкритість та людяність під час формування бренду.

Поточний рік довів необхідність використання сучасних маркетингових трендів для підвищення конкурентних переваг підприємства. Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств є головною, що призводить до постійного прагнення не зупинятись на досягнутому, а вдосконалюватись. Як відомо конкурентоспроможність пов'язують із деякими властивостями (рис. 1).

Головним фактором підвищення конкурентних переваг є впровадження та використання сучасних маркетингових трендів. В зв'язку із стрімким розвитком цифрових технологій, що не може не вплинути на їх використання в маркетинговій діяльності. Це спонукає до використання підприємствами різноманітних цифрових каналів для більш ефективного та порівняно із традиційними каналами комунікацій дешевшого способу залучення клієнтів [8].

Цифровий маркетинг сьогодні досить складний, але його використання є невід'ємною частиною підвищення конкурентних переваг підприємства [11].

За результатами досліджень за 2024 рік можна прогнозувати загальні маркетингові тенденції на 2025 рік (рис. 2) [10].

Сучасний період економічного розвитку світу розглядається як період четвертої промислової революції, який притаманне зростання конкуренції в поєднанні зі зміною очікувань клієнтів, що в свою чергу впливає та трансформується на новий напрям маркетингової діяльності підприємств - на цифровий маркетинг. Для підвищення конкурентних переваг підприємствам необхідно оптимізувати свої підходи до цифрових технологій [12].

Сучасний споживач змінюється. Звернутись до нього та отримати зворотній зв'язок все частіше можна за допомогою Інтернету. Саме тому сучасні маркетингові тренди – це digital тренди [4].

Як показує досвід 2024 року основні digital тренди будуть актуальними і у 2025 році. Тренди не завжди є новинкою, але це те що транслює рост і підвищує конкурентні переваги підприємства. Що було актуальним в маркетинговій діяльності підприємства для поточного року в контексті конкурентоспроможності:

1. Відхід від довгострокових стратегій та перехідна квартальне гнучке планування.
2. Інфлюенс-маркетинг.
3. Маркетинг орієнтований на автентичність.
4. Контент створений користувачами.
5. Безпека даних.
6. Штучний інтелект.

Минулі роки показали що більшість споживачів та підприємств намагаються знаходити сенс у кожній своїй дії. Ця тенденція буде поглиблюватись [6].

Останнім часом з'явилося чимало нових маркетингових трендів, які не можна ігнорувати підприємствам щоб не відставати від конкурентів. Відповідні зміни у звичках користувача та трансформації на цифрових маркетингових платформах переважно свідчить про необхідність змінювати маркетингові підходи. Пошук рішень для підвищення конкурентних переваг підприємства змушують використовувати digital тренди. Основними тенденціями 2024 року були:

- методи споживання контенту постійно трансформуються, що впливає на маркетингові стратегії;
- зростає кількість споживачів які звертаються до чат-ботів за інформацією, хоча інколи інформація яку пропонує штучний інтелект є сумнівною;

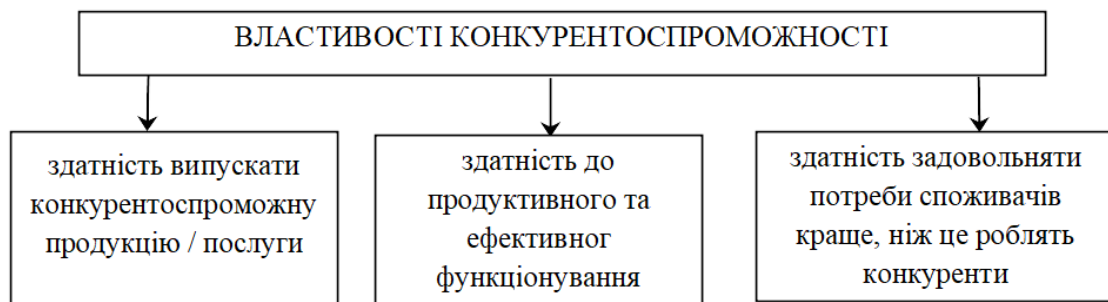


Рис. 1 Властивості конкурентоспроможності

Джерело: сформовано на основі [5]



Рис. 2 Загальні маркетингові тенденції на 2025 рік

Джерело: сформовано на основі [10]

– зберігають свої позиції SEO-практики, як авторитетність сайту та побудова посилань, що є дуже важливим;

– потужним та ефективним інструментом якому надають перевагу споживачі як сучасному формату комунікацій остається email-маркетинг, також він забезпечує підприємствам рентабельність інвестицій;

– цифрове телебачення як новий рекламний канал що дозволяє охоплення широкої аудиторії у різних медіа форматах.

Згідно digital трендів які зберігають свої позиції і будуть актуальними у 2025 році, які формують сучасний світ маркетингової взаємодії підприємства із клієнтами та для підвищення конкурентних переваг, розглянемо їх сучасні методики:

1. Використання штучного інтелекту (ШІ)

– допомога в постійних шаблонних бізнес-процесах (створення контенту для email листів, публікації у соцмережах, генерування зображень та відео, пошук та групування ключових фраз і слів для SEO, автоматизація обслуговування у чат-ботах та email листах 24/7);

– вдосконалення data-driven маркетингу (як аналіз великого об'єму даних для з'ясування тенденцій, закономірностей, інсайтів у поведінці споживачів);

– попит на імерсивний маркетинг (використання доповненої та віртуальної реальності, інтерактивних інструментів, ШІ задля створення незабутніх вражень із «прив'язкою» до бренду).

2. Продажі в інтернеті

– загальна тенденція до збільшення ринку електронної комерції (фокусування на гіпер персоналізації обслуговування, використання сучасних технологій для задоволення сподівань клієнтів);

– важливим каналом продажу є соцмережі (прогнозування на 2025 рік що 20% усіх онлайн покупок буде здійснюватись у соцмережах);

– трафік із мобільних пристроїв (підприємствам необхідно застосувати свої сайти під різні мобільні платформи, для однаково якісного відображення інформації на будь-якому девайсі споживача).

3. Очікування та поведінка споживачів

– використання ШІ під час покупок (підприємства впроваджують чат-ботів на основі Chat GPT від OpenAI як онлайн допомогу для споживачів із рекомендаціями відповідно до попередніх замовлень);

– більша ретельність під час вибору товарів споживачами (питання що пов'язані із глобальними екологічними проблемами впливають на поведінку споживачів і в тому числі на пропозиції підприємства що пов'язані із екологічними тенденціями у світі).

4. Комунікація бренду із потенційними та реальними клієнтами

– партнерство із мікро блогерами (підприємствам необхідно ретельно досліджувати цільову аудиторію власну та її співпадіння із цільовою аудиторією мікроінфлюенсерів, для максимального досягнення мети реклами,

особливо це важливо для довготривалої співпраці коли блогер стає амбасадором бренду);

– складності що виникають із надмірною персоналізацією (маркетологам підприємства необхідно усвідомлювати сприйняття споживачами використання даних їх попередніх покупок для рекламування);

– застосування відеоконтенту (через особливість використання відеоконтенту є можливість для маркетологів підприємства налагодити максимальну взаємодію та залучення споживачів).

5. B2B тенденції

– нова форма омніканальності (використання самих різноманітних способів взаємодії споживачів із підприємством будь-яким зручним для нього способом, з метою через історію взаємодії подальшого легкого переміщення з одного каналу до іншого відповідно до комфортного користування);

– автоматизація маркетингових процесів (використання маркетологами сервісів для збільшення продажів та автоматизації email розсилок, лідогенерації, роботи з соцмережами і т. ін.);

– сучасні форми обміну досвідом та навчання для гарної лідогенерації (вебінари як основний маркетинговий канал B2B задля збільшення продажів та спілкування із потенційними клієнтами, завдяки віртуальному формату) [9].

Висновки. Отже, для успішного функціонування підприємства в умовах високої кон-

курентії бажано вже сьогодні концентрувати зусилля на перспективних маркетингових тенденціях які стрімко змінюються. Комплексне застосування сучасних маркетингових digital трендів для підвищення конкурентних переваг підприємства допомагає максимально вдосконалити маркетингові зусилля, зменшити їхню вартість а також збільшити прибуток на вкладені кошти.

Особливе значення має digital середовище яке дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни на ринку щодо споживацької поведінки. Також інструменти цифрового маркетингу дають можливість зворотного зв'язку та миттєвої реакції в реальному часі, а також отримання та використання даних для оперативних змін у своїй маркетинговій стратегії відповідно до реакції споживачів. Отже така можливість забезпечує підвищення показників перетворення та повернення інвестицій, так як підприємства мають можливість систематично вдосконалювати свою роботу, швидко оптимізувати маркетингові повідомлення та вдосконалити канали передачі інформації відповідно до отриманих раніше даних клієнтів. що є основною перевагою конкурентоспроможності підприємства.

Саме сучасні маркетингові digital тренди віддзеркалюють постійне вдосконалення технологій та зміну поведінки споживачів, тому підприємствам необхідно пристосуватись до них щоб залишатись конкурентоспроможними та потужними гравцями у сучасному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вербівська Л. В. Підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах цифровізації. Економічні та соціальні детермінанти конкурентоспроможності підприємництва: колективна монографія / за заг. ред. Лопатинського Ю.М., Зибаревої О.В. Чернівці : Технодрук, 2023. 572 с.

2. Вербівська, Л., & Буринська, О. (2024). Використання цифрових технологій у підприємницькій діяльності. *Економіка та суспільство*, (61). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-84> (дата звернення: 25.12.2024)

3. Жанна Дідик Маркетингові тренди у 2024 році: 10 головних інсайтів на основі міжнародних досліджень. URL: <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/marketing-trends-in-2024> (дата звернення: 25.12.2024)

4. Karpenko N., Ivannikova M. Digital marketing technologies for small and medium enterprises. *Економічний вісник НТУУ "КПІ"*. Київ, 2021. № 18. URL: <https://bit.ly/3wr5Cqc> (дата звернення: 25.12.2024)

5. Котельникова Ю. М. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С. 101–108. URL: <http://surl.li/ixnfhe> (дата звернення: 25.12.2024)

6. Роман Скрупник. Яким буде маркетинг у 2024 році – прогноз експертів URL: <https://inweb.ua/blog/ua/marketing-trendy-u-2024/> (дата звернення: 25.12.2024)

7. Тенденції діджиталізації на виробничому підприємстві /А. М. Захаренко-Селезньова, А. О. Костенко // Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 53–54. URL: <http://surl.li/xalyzd> (дата звернення: 25.12.2024)

8. Дюк О. М., Даляк Н. А., Коневич С. П. Digital-маркетинг на європейському ринку: виклики внаслідок війни в Україні. *Економіка та суспільство*. Випуск 68/2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4994/4941> (дата звернення: 25.12.2024)
9. Digital-маркетинг тренди 2024: ШІ, соцкомерція, очікування споживачів та B2B-комунікація. URL: <https://sendpulse.ua/blog/innovative-digital-marketing-trends> (дата звернення: 25.12.2024)
10. Dave Chaffey. 10 Actionable Digital Marketing Trends for 2025. URL: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/digital-marketing-trends-2025/> (дата звернення: 25.12.2024)
11. Dave Chaffey 2024 Digital Marketing Trends shaping the Future of Marketing. URL: <https://www.smartinsights.com/tag/digital-marketing-trends/> (дата звернення: 25.12.2024)
12. Gabrielle Wright 4IR means manufacturers are using technology and digital marketing techniques to streamline their marketing strategy. URL: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/digital-marketing-for-manufacturers-in-the-4th-industrial-revolution/> (дата звернення: 25.12.2024)

REFERENCES:

1. Verbivska L. V. Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva v umovakh tsyfrovizatsii. *Ekonomichni ta sotsialni determinanty konkurentospromozhnosti pidpriemnytstva: kolektyvna monohrafiia / za zah. red. Lopatynskoho Yu. M., Zybarevoi O. V.* Chernivtsi: Tekhnodruk, 2023. 572 p.
2. Verbivska, L., & Burynska, O. (2024). Vykorystannia tsyfrovikh tekhnolohii u pidpriemnytskii diialnosti. *Ekonomika ta suspilstvo*, (61). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-84> (data zvernennia: 25.12.2024)
3. Zhanna Didyk Marketynhovi trendy u 2024 rotsi: 10 holovnykh insaitiv na osnovi mizhnarodnykh doslidzhen. URL: <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/marketing-trends-in-2024> (data zvernennia: 25.12.2024)
4. Karpenko N., Ivannikova M. Digital marketing technologies for small and medium enterprises. *Ekonomichnyi visnyk NTUU "KPI"*. Kyiv, 2021. № 18. URL: <https://bit.ly/3wr5Cqc> (data zvernennia: 25.12.2024)
5. Kotelnikova Yu. M. Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv v umovakh tsyfrovizatsii. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. P. 101–108. URL: <http://surl.li/ixnfhe> (data zvernennia: 25.12.2024)
6. Roman Skrupnyk. Yakym bude marketynh u 2024 rotsi – prohoz ekspertiv. URL: <https://inweb.ua/blog/ua/marketing-trendy-u-2024/> (data zvernennia: 25.12.2024)
7. Tendentsii didzhitalizatsii na vyrobnychomu pidpriemstvi / A. M. Zakharenko-Seleznova, A. O. Kostenko // Marketynh v umovakh didzhitalizatsii ekonomiky krainy : materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii (m. Poltava, 23–24 lystopada 2023 roku). Poltava : PUET, 2023 P. 53–54. URL: <http://surl.li/xalyzd> (data zvernennia: 25.12.2024)
8. Ddigital-marketynh na yevropeiskomu rynku: vyklyky vnaslidok viiny v Ukraini / O. M. Diuk, N. A. Daliak, S. P. Konevych // *Ekonomika ta suspilstvo*. Vypusk 68/2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4994/4941> (data zvernennia: 25.12.2024)
9. Digital-marketynh trendy 2024: ShI, sotskomertsii, ochikuvannia spozhyvachiv ta V2V-komunikatsiia. URL: <https://sendpulse.ua/blog/innovative-digital-marketing-trends> (data zvernennia: 25.12.2024)
10. Dave Chaffey. 10 Actionable Digital Marketing Trends for 2025. URL: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/digital-marketing-trends-2025/> (data zvernennia: 25.12.2024)
11. Dave Chaffey 2024 Digital Marketing Trends shaping the Future of Marketing. URL: <https://www.smartinsights.com/tag/digital-marketing-trends/> (data zvernennia: 25.12.2024)
12. Gabrielle Wright 4IR means manufacturers are using technology and digital marketing techniques to streamline their marketing strategy. URL: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/digital-marketing-for-manufacturers-in-the-4th-industrial-revolution/> (data zvernennia: 25.12.2024)