## П’яста Андрій Русланович,

## асистент кафедри підприємництва та маркетингу,

## Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,

## м. Івано-Франківськ

## https://orcid.org/0009-0004-9812-3996

## AGILE-МАРКЕТИНГ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ 5.0 У КОНТЕКСТІ МІНЛИВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасному світі, що швидко змінюється під впливом технологічного прогресу та глобалізації, маркетинг стає все більш динамічним і адаптивним. Концепція маркетингу 5.0, яка орієнтована на використання новітніх технологій під час створення цінності для споживачів, вимагає від компаній швидкої адаптації до змін. Однією з ключових практик, яка дозволяє досягти такої адаптивності, є Agile-маркетинг. Ця практика стала важливим елементом маркетингових стратегій у багатьох компаніях, особливо в умовах швидко мінливих тенденцій на ринку та трансформаційних процесів.

Тематика цифрового маркетингу знайшли своє відображення в працях багатьох дослідників і практиків, серед яких і Неміш Ю., Обельницька Х., Чуйко М. [1-3] та інші. Проте недостатньо розробленими залишаються новітні підходи ло вивчення Agile-маркетингу як важливого елементу концепції маркетингу 5.0 у контексті швидко мінливих тенденцій цифрової економіки. Такий запит формує мету даного дослідження.

Маркетинг 5.0 є еволюцією попередніх концепцій маркетингу, таких як маркетинг 1.0 (орієнтований на продукт), маркетинг 2.0 (орієнтований на споживача), маркетинг 3.0 (орієнтований на людські цінності) та маркетинг 4.0 (орієнтований на інтеграцію онлайн та офлайн середовищ). Маркетинг 5.0 включає використання штучного інтелекту, Інтернету речей, великих даних та інших передових технологій для створення персоналізованих пропозицій та підвищення ефективності маркетингових кампаній.

Agile-маркетинг базується на принципах Agile-методології, яка була розроблена для управління програмними проектами в ІТ-сфері. Основні принципи включають:

1. Гнучкість: здатність швидко реагувати на зміни ринкових умов та споживацьких потреб.

2. Ітеративність: розробка маркетингових кампаній у коротких циклах, що дозволяє регулярно оцінювати результати та вносити корективи.

3. Співпраця: тісна взаємодія між командами, включаючи маркетологів, дизайнерів, аналітиків та інших фахівців.

4. Фокус на клієнта: постійне орієнтування на потреби та очікування споживачів.

Впровадження Agile-маркетингу в умовах трансформаційних процесів цифрової економіки найкращий спосіб відповідати запитам клієнта швидко з найменшими затратами.

В умовах швидко мінливих тенденцій на ринку та постійних трансформаційних процесів, впровадження Agile-маркетингу може забезпечити компаніям значні переваги:

1. Швидка адаптація до змін: завдяки гнучкості та ітеративності, компанії можуть швидко реагувати на зміни ринкових умов та вподобань споживачів.

2. Ефективне використання ресурсів: Agile-маркетинг дозволяє оптимізувати використання ресурсів за рахунок постійного моніторингу результатів та коригування стратегій.

3. Підвищення задоволеності клієнтів: орієнтація на клієнта та персоналізовані пропозиції сприяють підвищенню задоволеності та лояльності споживачів.

Слід зазначити, що цифровізація економіки не вирішує проблеми завоювання довіри споживачам. Споживачі стають більш незалежними у своєму виборі; вони вчаться тікати від перегляду реклами. Саме тому репутація організації, поруч із ціною, стає потужним стимулом споживчого вибору.

Щоб подолати інформаційне перевантаження цифрової середовища та створити репутаційні активи, необхідно змінити стратегії маркетингових комунікацій. Зміст повідомлень має містити основу цінності для споживачів, тому акцент помістити на просуванні соціальних ідей. Висока значущість ідеї означає більшу залученість споживачів, що дозволяє подолати інформаційну перевантаження цифрової середовища.

Сформульовані основні результати наукового дослідження, які полягають у тому, що цифрова трансформація маркетингу на ринку формує в цілому нову сферу діяльності, що показує високий рівень готовності до впровадження цифрових технологій та розвитку бізнес-ідей та бізнес-рішень при формуванні бізнес-процесів просування послуг на етапі цифровізації економіки. Зокрема, Agile-маркетинг є важливим елементом концепції маркетингу 5.0, що дозволяє компаніям ефективно адаптуватися до швидко мінливих умов ринку та впроваджувати інноваційні технології. У сучасних умовах цифрової трансформації, впровадження Agile-маркетингу стає необхідністю для забезпечення конкурентоспроможності та стійкого розвитку бізнесу.

## Література

1. Неміш Ю. Сучасні тенденції розвитку маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрових трансформацій. *Економіка та суспільство.* 2022. № 40. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-48 (дата звернення: 11.06.2024).
2. Обельницька Х. Маркетингова діяльність на основі інтернет-технологій / Х. Обельницька, І. Ганущак // *Маркетинг в Україні : Збірник матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф.*, м. Київ, 20 жовтня 2023 р., К.: КНЕУ, 2023 : тези доп. – С. 246-247. c. ISBN 978-966-926-458-9
3. Чуйко М. М. Цифрові технології як інноваційні інструменти підвищення ефективності маркетингових послуг і комунікацій в умовах діджиталізації. Управління соціально‐економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових послуг в умовах діджиталізації : колективна монографія / за ред. д.е.н., проф. Чобіток В. І. Харків, Видавництво Іванченка І. С., 2023. С. 168–186