

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

Київський Національний Економічний Університет імені Вадима Гетьмана
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Кафедра Маркетингу імені А.Ф. Павленко
Department of Marketing named after A.F. Pavlenko

ГО «Українська Асоціація Маркетингу»
NGO «Ukrainian Marketing Association»

Краківський Економічний Університет (Республіка Польща)
Krakow University of Economics (Republic of Poland)

Батумський Державний Університет імені Шота Руставелі (Грузія)
Batumi Shota Rustaveli State University (Georgia)

Мінгачевирський Державний Університет (Республіка Азербайджан)
Mingachevir State University (Republic Of Azerbaijan)



МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

MARKETING IN UKRAINE

Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції
20 жовтня 2023

Collection of materials of the International Scientific
and Practical Virtual Conference
20 October, 2023

Редакційна колегія Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції:

Федорченко А.В., д.е.н., проф.

Голіцин А.М., к.е.н

Лилик І.В., к.е.н., доц.

Євтушенко Н.О., д.е.н., проф.

Шевченко О.Л., к.е.н., доц.

Діченко А.Л., к.е.н

**Кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана**

**Department of Marketing named after A.F. Pavlenko
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
https://fm.kneu.edu.ua/ua/fm_depts/k_marketynгу/**

**ГО «Українська асоціація маркетингу»
NGO «Ukrainian Marketing Association»
<https://uam.in.ua/>**

За зміст викладеного матеріалу та достовірність наведених фактів,
прізвищ та цитат відповідальність несуть автори та їх наукові керівники.

**Маркетинг в Україні : Збірник матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-
М 25 конф., м. Київ, 20 жовтня 2023 р., К.: КНЕУ, 2023. 610 с.
ISBN 978-966-926-458-9**

***Marketing in Ukraine: Collection of materials of the International scientific and
practical Internet conference, the 20th of October 2023, Kyiv. Kyiv: KNEU, 2023. 610 p.***

Матеріали конференції висвітлюють актуальні тенденції та виклики в маркетингу, як в Україні, так і за кордоном, перспективні напрямки у маркетинговій освіті, а також практику застосування новітніх підходів у сфері маркетингових досліджень, обмін досвідом між вітчизняними та іноземними фахівцями, з особливим акцентом на адаптацію маркетингових рішень до вимог споживачів і розробку стратегій ведення бізнесу в умовах воєнного стану.

The conference materials highlight current trends and challenges in marketing, both in Ukraine and abroad, promising directions in marketing education, as well as the practice of using the latest approaches in the field of marketing research, experience exchange between local and foreign experts, with a special focus on adapting marketing solutions to consumer demands and developing business strategies under wartime conditions.

УДК 339.138

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено*

Зміст

Секція 1

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

Марина КІРНОСОВА	
<i>Зелений курс в маркетинговій товарній політиці</i>	17
Тетяна ШЕПЕЛЬ, Георгій ПЕРЕВОЗОВ	
<i>Маркетингові стратегії бізнесу під час воєнного стану</i>	19
Софія КОСЕНКО, Ірина НОВІК, Петро ПЕРЕРВА	
<i>Особливості міжнародної маркетингової діяльності в умовах економічної кризи</i>	22
Юлія ГАВРИШ, Катерина КИСІЛЬ	
<i>Особливості маркетингової діяльності туристичної галузі України</i>	26
Валерія РУДА	
<i>Маркетинг нової епохи</i>	29
Олена РИБЧИНСЬКА	
<i>Політичний маркетинг сьогодення</i>	33
Ксенія САРИЧЕВА, Марина УС	
<i>Проблеми тренд-форкастингу у сфері моди</i>	35
Nurana ABBASOVA-ZEYNALOVA	
<i>Development trends of digital marketing worldwide</i>	38
Володимир СЛОБОЖЕНЮК, Юлія ГАВРИШ	
<i>Міжнародний маркетинг в світі з декількома центрами сили</i>	42
Сергій КАСЯН, Владислав ПЕТУХОВ	
<i>Зміст та особливості функціонування каналів дистрибуції компанії у межах концепції сталого розвитку</i>	45
Олена БОЧКО, Людмила МОРОЗ	
<i>Позиціонування соціально відповідального маркетингу з точки зору відповідального інвестора</i>	48
Ніна ПАВЛІШИНА, Владислав УСПЕНСЬКИЙ	
<i>Маркетингова діяльність в умовах невизначеності</i>	50
Наталія ЯКУБОВСЬКА	
<i>Маркетинг очима роботодавців: панацея, креатив, фаховість</i>	53
Наталія ЛЕТУНОВСЬКА, Карина ХРАМОВА	
<i>Результати впливу пандемії COVID-19 на комплекс маркетингу книговидавничого бізнесу в Україні</i>	54
Інна БОЙЧУК	
<i>Інструменти соціального медіа маркетингу</i>	58
Олена КІТЧЕНКО, Ігор АДАШЕВСЬКИЙ	
<i>Стратегії розвитку бізнесу в Інтернеті</i>	61
Юлія ГАВРИШ, Оксана РУДЕНКО	
<i>Сучасні тенденції маркетингу в Україні</i>	64

Алла ДЕРГОУСОВА <i>Вірусний маркетинг у digital середовищі</i>	384
Валерія ПЕТРИК <i>Перспективи використання технологій штучного інтелекту в маркетингу</i>	386
Олександр ОМЕЛЬЯНЕНКО <i>Розвиток цифрових технологій в аграрному секторі</i>	388
Таміла ЗАЛОЗНА <i>Інтернет речей, що змінює світ</i>	390
Volodymyr PYLYPCHUK, Andrii HOLITSYN, Svitlana HOLITSYNA <i>Using blockchain and machine learning technologies in marketing</i>	393
Оксана ЧЕБАНОВА, Володимир ВОЛОХОВ <i>Маркетинг в ігровій індустрії: можливості та виклики</i>	395
Андрій ЧЕРНЯВСЬКИЙ <i>Сучасні інструменти інформаційного простору в маркетинговій діяльності</i>	397
Анастасія ВЕРКУНІЧ <i>SMM як ефективний інструмент впливу на споживача</i>	400
Saqib MAMMADOV <i>Benefits and advantages of interactive marketing in the post-pandemic era</i>	402
Олександр СКАКУН <i>Тенденції розвитку digital-маркетингу</i>	404
Христина ОБЕЛЬНИЦЬКА, Аліна ГОЛОДЮК <i>Вплив соціальних медіа на контролінг в маркетингу</i>	406
Марина ЧАЙКОВСЬКА, Марина СТРЕЛЬЧЕНКО <i>Виклики до управління маркетинговою діяльністю підприємств в умовах цифрових трансформацій</i>	409
Олександра ЛОШКАРЬОВА, Людмила ГРИНЕВИЧ <i>Підходи до використання штучного інтелекту в маркетинговій діяльності</i>	412
Єгор ЗЕМЛЯНИЙ, Ірина МАЙОРОВА <i>Сучасні тенденції застосування інструментів діджитал-маркетингу у діяльності підприємства</i>	414
Сергій ПОБІГУН, Катерина ФЕЦЕНЕЦЬ, Роман КЕЛАВЕЦЬ <i>Діджиталізація: переваги та недоліки цифрової трансформації в сучасному світі</i>	417
Вероніка ЗЛАТОВА, Ольга АФАНАСЬЄВА <i>Маркетинг у цифрову епоху: використання технологій для отримання конкурентних переваг</i>	420
Ірина ТАРАНЕНКО, Олександр МІЛЮТІН, Ганна ЩОЛОКОВА, Світлана ЯРЕМЕНКО <i>Вибір ефективних цифрових каналів маркетингової комунікації з урахуванням індивідуальних характеристик і потреб клієнтів</i>	423
Аліна КУРТУЧАНОВА, Світлана БОЛІЛА <i>Етичні аспекти в діджитал-маркетингу та захист персональних даних</i>	426
Iuliia KOTELNIKOVA <i>Using artificial intelligence in internet marketing</i>	429

Оксана ЧЕБАНОВА

к.е.н., доцент,

доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності і економічної теорії

Український державний університет залізничного транспорту

oksanchik.ch@gmail.com

Володимир ВОЛОХОВ

к.е.н., доцент,

доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності і економічної теорії

Український державний університет залізничного транспорту

ekonom.77@gmail.com

МАРКЕТИНГ В ІГРОВІЙ ІНДУСТРІЇ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ

MARKETING IN THE GAME INDUSTRY: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Маркетинг в ігровій індустрії України стає все важливішим фактором успіху в умовах росту популярності відеоігор та розвитку ігрового ринку в країні. Україна має значний потенціал для розвитку ігрової індустрії, але водночас стикається з численними викликами, пов'язаними з конкуренцією та регулятивним середовищем.

Метою цього дослідження є аналіз можливостей та викликів, які стоять перед маркетингом в ігровій індустрії України. Розглядаються актуальні аспекти ринку відеоігор в Україні, а також визначаються ключові аспекти, які маркетологи повинні враховувати для успішного просування ігрових продуктів на внутрішньому ринку.

Український ігровий ринок постійно росте, як щодо кількості гравців, так і щодо обсягу продажів [1, с. 3-6]. Це створює можливості для розвитку маркетингових стратегій, спрямованих на місцеву аудиторію.

Маркетологи повинні враховувати особливості української культури, мови та споживацьких звичок, щоб створити ефективні маркетингові стратегії. [2, с. 6-10]

Україна розглядає питання легалізації та регулювання галузі відеоігор, що створює невизначеність для маркетологів. Розвиток стратегій, які враховують можливі зміни в регулятивному середовищі, є важливим завданням [3, с. 3-6].

Маркетинг в ігровій індустрії України має значний потенціал для розвитку, але вимагає глибокого розуміння особливостей внутрішнього ринку та уважного аналізу можливостей та викликів. Маркетологи повинні бути готові адаптувати свої стратегії до змін в ігровій галузі України та створювати інноваційні підходи для ефективного просування ігрових продуктів на цьому ринку.

Список використаних джерел

1. Гречко А.В., Захаров Н.В., Фалько М.О. Аналіз динаміки розвитку ринку відеоігор, джерел його фінансування та особливостей монетизації продукції в даній сфері. Ефективна економіка. 2021. № 5. URL:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8871>. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.2. (дата звернення: 15.10.2023)

2. Лазнева І. О., Цараненко Д. І. Кіберспорт та його вплив на зміну структури світового ринку комп'ютерних ігор. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Випуск 22, частина 2. С. 63–67
3. T. Wijman New free report: Explore the global games market in 2023. URL: <https://newzoo.com/resources/blog/explore-the-global-games-market-in-2023> (дата звернення: 15.10.2023).

Наукове видання
Scientific publication

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

MARKETING IN UKRAINE

Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції

20 жовтня 2023 року

Collection of materials of the International Scientific
and Practical Virtual Conference

20 October, 2023

Видано в авторській редакції

Підписано до друку 27.11.23. Формат 60×84/8
Друк. арк. 25,42. Зам. № 23-5806

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
03680, м. Київ, проспект Берестейський, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

E-mail: litera@kneu.edu.ua