

## **Аналіз ринку праці щодо запиту фахівців фахового молодшого бакалавра**

### **ОПІ Маркетинг**

Підготовка фахівців високого рівня в закладах фахової передвищої освіти потребує ґрунтового вивчення та аналізу вітчизняного ринку праці щодо потреб та кваліфікаційних вимог до фахових молодших бакалаврів освітньо-професійної програми Маркетинг.

Маркетолог – фахівець з вивчення ринку, потреб і переваг споживачів. В ширшому сенсі маркетолог – це будь-який фахівець, що працює в області маркетингу. Від англ. marketing – продаж, торгівля на ринку.

Маркетинг – управління виробництвом продуктів і послуг, і механізмами їх реалізації, як єдиний комплексним процесом.

Сучасний роботодавець висуває наступні вимоги до професії маркетолога:

Маркетолог оцінює, чи буде той чи інший товар користуватися попитом і чому, пропонує шляхи просування товару, оцінює дії конкурентів (особливо їх продукцію, цінову політику), організовує роботу дослідницької команди, проводить моніторинг галузі та аналізує результати, з'ясовує переваги покупців, дає рекомендації виробнику, продавцю.

Ця професія з'явилася в Україні порівняно недавно, після перебудови, коли насичення вітчизняного ринку товарами поєднувалося з падінням добробуту. Успішна торгівля зажадала вдумливого професійного підходу.

Але і тепер професія маркетолога не втрачає своєї актуальності, тому що конкуренція на ринку серед виробників товарів і послуг з кожним роком стає все жорсткіша.

Робота маркетолога починається задовго до того, як продукт надійде в продаж. Ще до початку виробництва (в торгових фірмах – задовго до рішення про закупівлю) маркетолог повинен визначити, на кого товар буде розрахований, яка потенційна місткість ринку, проаналізувати діяльність конкурентів тощо.

Маркетолог, як уже говорилося, займається організацією і управлінням рекламною і PR-діяльністю компанії, причому як за її межами, так і всередині.

Однак у великих компаніях цієї роботи дуже багато для одного фахівця – її може виконувати цілий відділ, куди входять: аналітик, маркетолог-економіст, product-менеджер, event-менеджер, BTL-менеджер, бренд-менеджер, директор по маркетингу.

*Аналітик* – займається збором даних та їх аналізом.

*Маркетолог-економіст* – займається питаннями ціноутворення. При цьому він враховує дані про собівартість, попит, політику конкурентів і ін.

*Product-менеджер* зазвичай проводить аналіз ринку, займається заходами по просуванню продукту компанії, аналізом продукції конкурентів. Він повинен розбиратися в тонкощах продукту, а ще краще – мати відповідну освіту. Наприклад, при розробці і продажу одягу, від product-менеджера потрібне знання основ дизайну одягу, швейного виробництва і т.п.

*Event-менеджер* займається плануванням, підготовкою і проведенням заходів з просування продукції компанії, виставок і рекламних акцій, прес-конференцій та інших корпоративних заходів.

*BTL-менеджер* – організовує промоакції компанії, наприклад, дегустацій.

*Бренд-менеджер* – найвища посада в відділі маркетингу. Він керує підрозділом маркетингу, координує роботу всіх його фахівців, планує організацію рекламних компаній, аналізує ринок і конкурентне середовище, визначає плани продажів і контролює їх виконання, розробляє стратегії, спрямовані на отримання прибутку, завоювання і утримання ринків.

Директора з маркетингу – це сильний лідер, що володіє досвідом успішних маркетингових кампаній.

Відношення до маркетингу мають також мерчендайзер і промоутер.

*Мерчендайзер* – відповідає за заходи з просування товару безпосередньо в торгових точках (викладає товар на полиці певним чином, розміщує рекламні матеріали та ін.). При цьому він враховує типову поведінку людини, яка прийшла за покупками, особливості розподілу купівельної уваги і т.п.

*Промоутери* – привертають увагу потенційних клієнтів до товару чи послуги, вручаючи рекламні листівки, зразки для дегустації, і т.п.

### **Робоче місце**

Маркетологи працюють у відділах маркетингу виробничих і торгових підприємств – як в середньому бізнесі, так і в транснаціональних корпораціях.

Також маркетолог може працювати в маркетинговому агентстві, яке надає послуги підприємствам, які не мають власного відділу маркетингу.

### **Важливі якості**

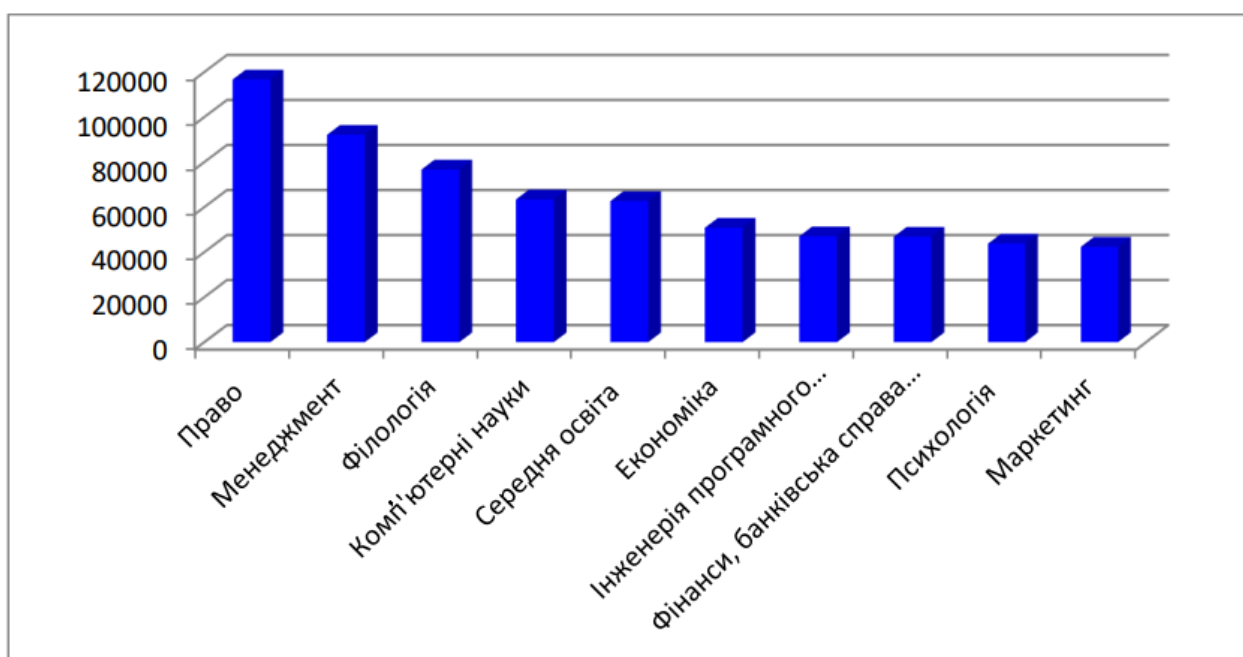
Необхідні аналітичний склад розуму, вміння працювати з великим об'ємом інформації, хороший інтелект, чіпка пам'ять, активність. Для керівництва відділом потрібні лідерські якості.

### **Знання та навички**

Для аналітичної роботи маркетологу потрібні знання і навички в області побудови моделей, прогнозів, роботи в спеціалізованих програмах, глибоке знання і досвід використання Excel, різних методів, таких як WACC, ROIC, EVA, DCF, CVA.

У більшості випадків необхідно знання англійської мови. Це обумовлено ще й тим, що значна частина необхідної літератури не переведена на українську мову.

У 2022 році У Міністерстві освіти і науки України повідомили, що на момент закінчення основного етапу вступної кампанії було отримано понад мільйон електронних заяв. Рейтинг найбільш популярних спеціальностей виглядає наступним чином:



Всезнаюча статистика говорить, що в розвинених країнах на посадах, пов'язаних з маркетингом, трудяться від 25 до 30% всіх працівників сектора економіки. У щорічному списку найпривабливіших професій Великобританії Glassdoor, який складають за трьома параметрами - затребуваність на ринку, рівень зарплати та задоволеність роботою в цій сфері - професія маркетолога вже кілька років займає перше місце. Подібні тенденції наразі відбуваються і в Україні. Так, у 2021 році стрімко збільшився попит на маркетологів. Адже практично кожній компанії необхідний штатний маркетолог. Це популярна перспективна і високооплачувана професія.

За даними Work.ua станом на квітень 2022 р. для

- 46% відкритих вакансій з маркетингу по Україні, роботодавці вказали заробітну плату в розмірі до 18 000 грн.

- 45,8% відкритих вакансій з маркетингу по Україні, роботодавці вказали заробітну плату в розмірі до 36 000 грн.

- 8,1% оголошень з зарплатою 36 001 – 75 000 грн.

В середньому «Маркетолог» в Україні заробляє 18 000 грн. Це медіана заробітних плат за даними з 519 вакансій, розміщених на Work.ua із заголовком «Маркетолог» і за схожими запитамі-синонімами «Рекламист», «Marketologist», «Спеціаліст з маркетингу» та ін. за останні 3 місяці. Середня зарплата інтернет-маркетологів в Одесі складає приблизно \$715, а в інших містах — \$500. Про це свідчить дослідження, проведене компанією Serpstat. За даними компанії Serpstat рівень зарплат по Україні за маркетинговими спеціалізаціями з урахуванням градації професійного зростання, прийнятої в IT сфері: (Junior, Middle, Senior, Team Leader, Head) у доларах склав:

Маркетингова спеціалізація	Junior	Middle	Senior	Team Leader	Head
SEO спеціаліст	357 \$	650 \$	1100 \$	1000 \$	2000 \$
SMM спеціаліст	357 \$	530 \$	1000 \$		
PPC спеціаліст	410 \$	762 \$	1000 \$	1325 \$	2000 \$
Маркетинг & Продажі	500 \$	760 \$	1200 \$	750 \$	1900 \$
SMM/SEO проект менеджер	500 \$	755 \$	1300 \$		

Державна служба зайнятості прогнозує зростання кількості робочих місць у певних галузях, серед яких і галузь реклами та маркетингової діяльності. Очікується, що сфери послуг стануть основними рушіями в зростанні зайнятості до 2030 року, тоді як зайнятість у промисловості знизиться. Юридичні та бухгалтерські (аудиторські) послуги, R&D (дослідження та розробки), реклама та маркетинг, інші професійні та адміністративні послуги та допоміжні послуги – це галузі, у яких передбачається найшвидший ріст зайнятості через незначне проникнення автоматизації до цих галузей. В період 2021-2025 рр. найбільше зниження зайнятості очікує європейських робітників у добувних галузях (-2%), тоді як підвищення зайнятості – у сфері послуг для бізнесу (+1,1%). У бюджетній сфері очікується зростання зайнятості у сфері охорони здоров'я через старіння населення. До речі, експерти зазначали, що явище старіння притаманне й Україні, попри певні демографічні відмінності з Євросоюзом.