
ВІД РЕДАКЦІЇ**ПЕРШИЙ В УКРАЇНІ ПРОФЕСІЙНИЙ СТАНДАРТ З МАРКЕТИНГУ**

Міністерство економіки України видало Наказ від 18 жовтня 2021 р. № 751-21 «Про затвердження професійного стандарту «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку». Цей стандарт було розроблено командою журналу «Маркетинг і цифрові технології». Він є першим професійним стандартом в сфері маркетингу. Прийняття професійного стандарту упорядковує процес стандартизації маркетингової діяльності в державі.

Затвердження професійного стандарту «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку» є новим етапом еволюції маркетингу в Україні. Відомо, що логіка формування освітніх компетенцій повинна базуватися на професійних стандартах. При цьому, Стандарт вищої освіти України: бакалаврського рівня, спеціальності «Маркетинг» затверджено і введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України ще 05.12.2018 р., а відповідний стандарт вищої освіти магістерського рівня було затверджено і введено 10.07.2019 р. Нонсенс в тому, що жодного професійного стандарту в сфері маркетингу в Україні до теперішнього часу не існувало. Нині він є.

Наявність професійних стандартів з маркетингу дозволяє побудувати систему маркетингової освіти, яка забезпечить реалізацію для маркетологів принципу – «навчання довжиною в життя».

Професія маркетолога вже не асоціюється суто з креативом, а все більше крокує до математики, статистики та програмування. Розуміти дані, вміння їх аналізувати та робити правильні висновки є затребуваними вимогами до фахівця-аналітика з досліджень товарного ринку. Тому, в Стандарті враховано вимоги щодо знань і вмінь фахівця-аналітика в статистичному аналізі даних, у статистичному моделюванні, в прогнозуванні, ризикології та ще в багатьох суміжних з аналізом даних сферах. Наведено програмні інструменти, які є необхідними у роботі фахівця-аналітика з досліджень товарного ринку, наприклад, програмний продукт компанії IBM SPSS.

Креативність є атрибутом будь-якої професії. І в професії маркетолога вона займає важливе місце. Проте, розроблений професійний стандарт «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку» містить компетенції нового покоління, що базуються на точних розрахунках. Зокрема:

- первинна статистична обробка даних: таблиці частот, розрахунок характеристик середнього і варіації, оцінка розподілу даних);
- побудова таблиць зв'язаності даних при вивченні профілів споживачів;
- перевірку гіпотез про рівність середніх залежних і незалежних вибірок;
- кореляційний аналіз для сегментування ринку за різними ознаками і визначення можливостей нового товару;
- регресійний аналіз для виявлення факторів, які значимо впливають на обсяги продажів і прибуток;
- кластерний аналіз для сегментування ринку за різними ознаками і визначення можливостей нового товару;
- факторний аналіз для виявлення характеристик товару, що впливають на вибір споживачів;
- дискримінантний аналіз для виявлення факторів, що впливають на поведінку і вибір споживачів;

- дисперсійний аналіз для встановлення відмінності в середніх значеннях залежною змінною для декількох категорій незалежної змінної. Наприклад, чи розрізняються сегменти з точки зору обсягу споживання товару? Чи залежить намір споживачів придбати товар даної торгової марки від різниці в цінах?;
- багатомірне шкалювання для побудови просторових карт позиціонування торгових марок і визначення характеристик ідеальних торгових марок;
- моделювання та прогнозування обсягів продажів за допомогою моделей трендів і сезонності;
- кодекси ESOMAR і Української асоціації маркетингу;
- методи планування маркетингових досліджень, складання бюджету, вибірки.

Повний текст Стандарту розміщено в РЕЄСТРІ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ Міністерства економіки України. Дата внесення до Реєстру 20.10.2021. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&isSpecial=True&id=22469103-4e36-4d41-b1bf-288338b3c7fa&title=RestrProfesiinikhStandartiv>.

*Розробники першого в Україні професійного стандарту з маркетингу
«Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку».*

Михайло Окландер

Головний редактор журналу «Маркетинг і цифрові технології»

Оксана Яшкіна

Відповідальний редактор журналу «Маркетинг і цифрові технології»