

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ»

Виконала: здобувач 4 курсу,

групи МГр-19-2

Спеціальності 075 Маркетинг

Федуненко Карина Ігорівна

Керівник: Шевченко В.М.,

к.держ.упр., доцент

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Федуненко К. І. Особливості маркетингової політики на різних стадіях життєвого циклу товару.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи життєвого циклу товарів на різних стадіях, здійснено маркетинговий аналіз, розроблено рекомендації щодо вдосконалення маркетингової політики життєвого циклу товарів на різних стадіях життєвого циклу товару. З урахуванням специфіки продукції компанії «DANONE» та конкурентних умов запропоновано дотримуватися оптимального співвідношення нових товарів та продукції у відповідних стадіях життєвого циклу, проводити гнучку політику ціноутворення, активувати сайт компанії до інтерактивного спілкування зі споживачами та проводити рекламні заходи, які спрямовані на оптових і дрібнооптових клієнтів. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності компанії «DANONE» на ринку.

Ключові слова: життєвий цикл, стадії життєвого циклу, маркетингова політика підприємства.

SUMMARY

Fedunenko K.I. Peculiarities of marketing policy at different stages of the life cycle of goods.

In the bachelor's thesis, the theoretical and methodological foundations of the life cycle of goods at different stages are considered, a marketing analysis is carried out, recommendations are developed for improving the marketing policy of the life cycle of goods at different stages of the product life cycle. Taking into account the specifics of DANONE products and competitive conditions, it was proposed to observe the optimal ratio of new products and products at the appropriate stages of the life cycle, pursue a flexible pricing policy, activate the company's website for interactive communication with consumers and conduct promotional activities aimed at wholesale and small wholesale customers. This will help improve Danone's competitiveness in the market.

Key words: life cycle, life cycle stages, enterprise marketing policy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ.....	8
1.1. Поняття та сутність товару, як категорії маркетингу.....	8
1.2. Життєвий цикл товару. Його стадії та види.....	12
1.3. Маркетингова політика на різних стадіях життєвого циклу товару...	18
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМПАНІЇ DANONE НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ.....	23
2.1 Характеристика господарської діяльності.....	23
2.2. Аналіз та оцінка маркетингової політики компанії DANONE.....	26
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство.....	29
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції.....	34
2.5. SWOT-аналіз.....	46
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМПАНІЇ DANONE НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ.....	48
3.1. Аналіз життєвого циклу товарів компанії DANONE.....	48
3.2. Заходи щодо вдосконалення маркетингової політики підприємства на різних стадіях життєвого циклу товару.....	57
3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів.....	63
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68
ДОДАТКИ.....	74