

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«АНАЛІЗ УПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ ДЛЯ ОБҐРУНТУВАННЯ СТВОРЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ (БРЕНДУ)»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МГ-22м

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Братков Артем Юрійович

ПІБ

Керівник: Дубницькій В.І., д.е.н., проф.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2023**

АНОТАЦІЯ

Братков А.Ю Аналіз уподобань споживачів для обґрунтування створення нового товару (бренду).

В кваліфікаційній роботі розглянуті особливості поведінки споживачів, найпопулярніші основні елементи ринку, а також сучасні методи дослідження зйомки, що впливають на споживчий вибір. Був зроблений аналіз маркетингового середовища підприємства ТОВ «Bratkoff», обрані перспективи розвитку обраної компанії, а також, за допомогою вивчення споживачів, був досліджений вплив діяльності підприємства на поведінку споживачів. Також, стратегія яка використовується компанією націлена на якомога більший розвиток, здатна залучити значно більшу кількість впізнаваності порівняно з попереднім сценарієм, і, відповідно, підвищити дохід.

Ключові слова: споживача, ТОВ «Bratkoff», аналіз маркетингового середовища, ринок послуг, ринок фото-відео, аналіз споживачів, інструменти, проблема.

SUMMARY

Bratkov A.Yu Analysis of consumer preferences to justify the creation of a new one product (brand).

The qualifying work examines the peculiarities of consumer behavior, the most popular main elements of the market, as well as modern research methods of shooting that influence consumer choice. An analysis of the marketing environment of the company "Bratkoff" LLC was made, the development prospects of the selected company were selected, and also, with the help of consumer research, the impact of the company's activities on consumer behavior was investigated.

Also, the strategy used by the company is aimed at the greatest possible development, able to attract a much greater amount of recognition compared to the previous scenario, and, accordingly, increase income.

Keywords: consumer, "Bratkoff" LLC, analysis of the marketing environment, service market, photo-video market, consumer analysis, tools, problem.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ УПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ ДЛЯ ОБҐРУНТУВАННЯ СТВОРЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ (БРЕНДУ)	4
1.1 Історія підприємства «Bratkoff»	4
1.2 Розвиток ринка послуг в Україні	5
1.2.1. Види товарів та розвиток підприємства	12
1.3 Аналіз типу споживачів	16
1.3.1 Аналіз ринку фото-відео	18
1.3.2 Контроль маркетингової діяльності підприємства	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «Bratkoff»	24
2.1. Загальні характеристики підприємства	24
2.1.2. Визначення цільової аудиторії підприємства ТОВ «Bratkoff»	27
2.1.3. Ключові слова та їх використання завдяки нейромаркетингу	30
2.2. Розробка стратегії та Ребрендінг бренду «Bratkoff»	34
2.3. Аналіз конкурентів	40
2.3.1. Огляд основних тенденцій ринку	44
2.3.2. Аналіз проблем на ринку	46
2.4. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	50
2.5. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства на основі конкурентів	54
2.5.1 Аналіз маркетингової діяльності підприємства	56
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «Bratkoff»	58
3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів підприємства	58
3.2. Використання латерального маркетингу для удосконалення діяльності	61
3.2.2 Оцінка витрат маркетингу та ефективності робочого персоналу	64

3.3. Контроль маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Bratkoff» та визначення ефективності запропонованих заходів	67
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73