

**ALFRED NOBEL UNIVERSITY  
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL MARKETING**

**BACHELOR'S THESIS**

on a topic

**«RESEARCH OF THE ICE CREAM MARKET AND IMPLEMENTATION OF  
A NEW PRODUCT ONTO THE MARKET»**

Completed: 4<sup>th</sup> year student, group MG-19eng  
Speciality 075 Marketing  
*code and title*

Morenets V.V.  
*surname and initials*

Supervisor: Taranenko I.V., Doctor of Economics, Prof.  
*surname and initials, academic degree, academic rank*

**Dnipro  
2023**

## АНОТАЦІЯ

*Моренець В.В. Дослідження ринку морозива та впровадження нового продукту на ринок*

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методологічні основи маркетингових активностей для запуску нового продукту, проведено сегментацію ринку та дослідження комплексу маркетингу нового типу морозива, визначено підходи до оцінки ефективності розробки нового морозива та розроблено рекомендації щодо впровадження нового продукту на ринок морозива в Україні «Ласунка». Враховуючи характер діяльності підприємства «Ласунка» та конкурентне середовище на ринку морозива, рекомендується провести маркетингове дослідження та сегментацію, використовувати таргетування та позиціонування маркетингу, щоб успішно представити новий продукт і зайняти нішу на ринку морозива.

**Ключові слова:** ринок морозива, маркетингова стратегія, маркетингове позиціонування, розробка нового продукту, виробництво, дистрибуція.

## SUMMARY

*Morents V.V. Research of the ice cream market and implementation of a new product onto the market*

The bachelor's thesis the theoretical and methodological bases of marketing activities for the launch of a new product were considered, market segmentation and research of the marketing complex of a new type of ice cream were conducted, approaches to evaluating the effectiveness of the development of a new ice cream were determined, and recommendations were developed for the introduction of a new product to the ice cream market in Ukraine «Lasunka». Taking into account the nature of the activity of the enterprise «Lasunka» and the competitive environment in the ice cream market, it is recommended to conduct marketing research and segmentation, use targeting and positioning marketing in order to successfully introduce a new product and occupy a niche in the ice cream market.

**Keywords:** marketing mix, marketing strategy, marketing positioning, new product development, production, distribution.

## CONTENTS

CONTENTS .....	5
INTRODUCTION.....	6
CHAPTER 1. THEORETICAL BASICS OF THE MARKETING OF NEW PRODUCT DEVELOPMENT.....	8
1.1. New product development in the system of marketing of enterprise .....	8
1.2. New product development methods .....	16
1.3. Approaches to evaluating the effectiveness of new product development.....	21
CHAPTER 2. RESEARCH OF THE ICE CREAM MARKET AND THE ENTERPRISE LASUNKA ON IT .....	24
2.1. Characteristics of the enterprise's economic activity .....	24
2.2. Analysis and assessment of the existing products in the context of the enterprise's marketing activities .....	26
2.3. Analysis of the ice cream market of Ukraine .....	30
2.4. Market segmentation and product positioning .....	35
2.5 SWOT analysis .....	45
CHAPTER 3. MARKETING ACTIVITIES FOR THE IMPLEMENTATION OF A NEW PRODUCT TO THE MARKET .....	49
3.1. Portfolio analysis and marketing research on consumer preferences for new ice cream.....	49
3.2. Development of a marketing mix for new ice cream .....	59
3.3. Development of marketing activities to promote new ice cream .....	64
3.4 Marketing budget and obtained results .....	69
CONCLUSION .....	74
REFERENCES.....	77
APPLICATIONS .....	81