

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВОЇ ПОСЛУГИ НА РИНОК»

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи МГр-20-1

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Баранова Поліна Олександрівна

ПІБ

Керівник: Білоткач І.А., к. е. н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Баранова П.О. Розробка програми просування нової послуги на ринок.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи розробки програми просування нової послуги на ринок, проведено аналіз господарської діяльності компанії "PROSTOR", здійснено сегментування ринку та позиціонування товару. Проведений SWOT-аналіз дозволив виявити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози, що впливають на її діяльність. На основі отриманих даних розроблено програму просування нової послуги, яка включає комунікаційну стратегію та заходи для стимулювання попиту. Економічне обґрунтування підтвердило доцільність реалізації запропонованих заходів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності компанії "PROSTOR" на ринку.

Ключові слова: програма просування, нова послуга, маркетингова діяльність, комунікаційна стратегія, аналіз ринку, сегментування ринку, SWOT-аналіз, економічне обґрунтування.

SUMMARY

Baranova P.O. Development of a program for promoting a new service to the market.

In the bachelor's thesis, the theoretical and methodological foundations for developing a program to promote a new service to the market are considered. The study includes an analysis of the business activities of the company "PROSTOR", market segmentation, and product positioning. The conducted SWOT analysis revealed the strengths and weaknesses of the company, as well as the opportunities and threats affecting its activities. Based on the obtained data, a program for promoting a new service was developed, including a communication strategy and measures to stimulate demand. Economic justification confirmed the feasibility of the proposed measures, which will increase the competitiveness of "PROSTOR" in the market.

Keywords: promotion program, new service, marketing activities, communication strategy, market analysis, market segmentation, SWOT analysis, economic justification.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВОЇ ПОСЛУГИ НА РИНОК	8
1.1. Визначення товару та етапи розробки нової послуги	8
1.2. Формування попиту і стимулювання збуту нових послуг	13
1.3. Розробка комунікаційної стратегії при просуванні нових послуг	18
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ "PROSTOR"	22
2.1. Характеристика господарської діяльності компанії "PROSTOR"	22
2.2. Аналіз ринку на якому працює компанія компанії "PROSTOR"	27
2.3. Сегментування ринку та позиціонування товару підприємства	30
2.4. SWOT-аналіз	39
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ НОВОЇ ПОСЛУГИ НА РИНОК	43
3.1. Розробка та впровадження програми просування нової послуги на ринок	43
3.2. Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів	49
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ	61

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батирєв М. 45 татуювань продавана. Правила для тих, хто продає і керує продажами / пер. укр. О. Кожушко. Харків : Фабула, 2017. 336 с
2. Суть, цілі та завдання стимулювання збуту як елементу маркетингових комунікацій [Електронний ресурс]. Економіка. Управління. Інновації. 2014. № 1. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_83
3. Ромашко А.Г. Характеристика основних складових комплексу маркетингових комунікацій: матеріали XII Міжнар. наук.-практ. інт.-конф. (м. Дніпро, 28-29 жовтня, 2021 р.) Дніпро, 2021. С.45-47.
4. Маркетингові стратегії формування попиту на товари та послуги на ринках України: монографія. за ред. проф. Р.В. Федоровича. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя. 2013. 359 с.
5. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. Посібник. К. : Центр учбової літератури, 2013. 535 с.
6. Мельник Д. Л. Маркетингова стратегія підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2012. №3. С. 213–219.
7. Дюпон Л. Реклама: 1001 порада. Секрети ремесла від великих майстрів реклами Економіка. Бізнес. 2016. 346 с
8. Летуновська, Н. Є., Хоменко, Л. М., & Люльов, О. В. (2021). Маркетинг у цифровому середовищі С.32.
9. Жилінська Л. О. Теорія, методологія та практика управління розвитком промислових підприємств : монографія. Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2015. 328 с.
10. Rosokhata, A., Minchenko, M., Khomenko, L., & Chygryn, O. (2021). Renewable energy: a bibliometric analysis. In E3S Web of Conferences (Vol. 250, p. 03002). EDP Sciences.
11. Килипенко В. В. Інструменти маркетингової діяльності в управлінні підприємством. Економіка АПК. 2017. № 8. С. 82–86.

12. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., ЯрошДмитренко Л. О. Маркетинг : навч. посіб. / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : «НВП «Інтер-сервіс», 2018. 216 с

13. Курбацька Л. М. Маркетинг в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3389>

14. Красовська О. Ю. Проблеми застосування маркетингових інструментів на підприємстві. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. 2018. Вип. 30. Ч. 1. С. 101–104

15. Офіційна сторінка ТОВ "PROSTOR" URL: <https://prostor.ua/>

16. Інформація про ТОВ "PROSTOR" URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/PROSTOR>

17. Ромат Є.В. Неформальні вербальні маркетингові комунікації (початок). Маркетинг і реклама. 2017. № 5-6. С. 30-40.

18. Instagram сторінка ТОВ "PROSTOR" URL: https://www.instagram.com/prostor_logistics/

19. Найкращі Інтернет-магазини косметики в Україні, рейтинг 2023 року. URL: <https://vtop-shop.com.ua/catalog/category/kosmetyka>

20. Обіг косметичної продукції в Україні: перспективи змін у законодавстві. URL: <https://quality.nuph.edu.ua/obihkosmetychnoi-produktsii-v-ukraini/>

21. Попова І.А., Міщенко В.І., Куриленко Ю.Є. Дослідження головних тенденцій розвитку ринку косметологічної продукції в Україні. Формування Національної лікарської політики за умов упровадження медичного страхування: питання освіти, теорії та практики : матер. VI Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 14–15 березня 2023 р. / ред. кол.: А.С. Немченко та ін. Харків : НФаУ, 2023. С. 134–142.

22. Тенденції ринку косметичної продукції та дезінфекційних засобів: прогнози та аналіз 2022–2023 рр. URL: <https://www.apteka.ua/article/680815>

23. Стамат В.М., Недбайло І.І. Розвиток маркетингу на основі діджиталізації. Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів

господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 листопада 2021 р., м.Миколаїв). Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 150-154. URL : https://www.mnau.edu.ua/files/nauk_prof_konf/tezi-internet-konferenciyi2021.pdf

24. Старостіна А. Український маркетинг: становлення та перспективи розвитку. Маркетинг в Україні. 2017. №4. С. 4-10.

25. Черьомухіна О. Користування Інтернетом серед українців: результати телефонного опитування, проведеного 13–18 травня 2022 року. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1115&page=1>

26. Аналіз використання мережі Інтернет в Україні. 2022 рік. URL: <https://proconsulting.ua/ua/issledo-uvanie-rynka/analiz-ispolzovaniya-interneta-v-ukraine2022-god>

27. Пустонін В. Як стати гарним бренд-менеджером? Маркетинг і реклама. 2014. №1 С. 28-29.

28. Петрова О. Зміни підходів в управлінні маркетинговими активностями. Маркетинг в Україні. 2021. №1. С. 50-59.

29. Пустонін В. Ідентичність бренду: що це та як її створити? Маркетинг і реклама. 2018. №1 С. 40-46.

30. Параска М. Що в імені тобі моєму, або в чому сила бренду. Маркетинг в Україні. 2021. №2. С. 36-38.

31. Оцінка обсягу ринку маркетингових сервісів. Стриманий оптимізм: висновки 2021. Прогноз на 2022. Маркетинг в Україні. 2021. №6. С. 47-51.

32. Маркетинг : навчальний посібник / за ред. А.О.Старостіної. Київ : НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

33. Колядюк Р.І., Сосновський Д.О. Інвестиційний проєкт у loft-технології стратегічного маркетингу як інструмент входження в зарубіжні ринки. Маркетинг і реклама. 2018. №4. С. 50-55.

34. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с

35. Ільченко К. Нейромаркетинг не хайп, а корисний інструмент для грамотного маркетолога. Маркетинг в Україні. 2021. №1. С. 60-64.
36. Дигун О. Управління лояльністю споживачів на прикладі програм лояльності. Маркетинг в Україні. 2021. №5. С. 32-36.
37. Деревянко О. Репутація: реальність та спекуляції. Маркетинг і реклама. 2018. №4. С. 24-26.
38. Білоткач І.А. Теоретичні основи інституціональних трансформацій в ринковому середовищі / І.А. Білоткач// Сталий розвиток економіки. – 2017. – №1. – С.115-122.
39. Актуальні тренди digital-маркетингу. Маркетинг і реклама. 2018. №6. С. 50- 52.
40. . Шкіль Л. 63% людей зараз онлайн. Великий звіт Digital 2022 про користувачів інтернету. URL: <https://ain.ua/2022/04/30/zvit-digital-2022/>
41. Digital в Україні 2022: тренди українського інтернету та вплив війни. URL <https://cases.media/article/digital-v-ukrayini-2022-trendi-ukrayinskogo-internetu-ta-vpliv-viini>
42. Чухрай Н. І., Коваль З. О. Оцінювання ефективності маркетингової стратегії на етапах життєвого циклу вартісно-орієнтованого підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2017. Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». № 862. С. 268–273. URL: https://oldena.lpnu.ua/bit-/stream/ntb/41584/2/2017n862_Chukhray_N_I-Evaluation_of_the_effectiveness_268-273.pdf
43. Траут Дж., Райс Е. Маркетингові війни / пер. з англ. В. Стельмах. Харків : Фабула, 2019. 240 с.
44. Турчин Л. Я., Островерхов В. М. Застосування CRMсистем в маркетинговій діяльності та управлінні персоналом транспортних підприємств. Економічний аналіз. 2018. Т. 28. № 3. С. 199–206
45. Клічук О. Роль сучасних інформаційних технологій у пошуку оптимальних рішень в економіці. Нова педагогічна думка. 2015. № 1. С. 163–165.

46. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя : монографія / М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна та ін. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.
47. Зоріна О. І., Мкртичян О. М. Сучасні маркетингові технології та їх специфіка. Інтернаука. 2017. № 9. С. 49–51. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/13751/1/Zorina.pdf>
48. Голмс Ч. Ідеальна машина продажів / пер. з англ. І. Семенюк. Харків : Фабула, 2019. 288 с.