

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«РОЗРОБКА І РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НОВОГО ТОВАРУ»

Виконала: здобувач 2 курсу,
групи МГ-18м
Спеціальності 075 Маркетинг
Туманова Ганна Віталіївна
Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доцент

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Туманова Г.В. Розробка і реалізація стратегії розвитку нового товару.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації та контролю маркетингової діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової та виробничої діяльності підприємства «Павлоградхліб». З урахуванням специфіки продукції підприємства «Павлоградхліб» та конкурентних умов було запропоновано виведення нового товару на ринок, підвищення рівня рентабельності виробництва, впровадження наступальної стратегії розвитку і збільшення продуктивності на ринку, впроваджуючи продуктові інновації, що сприятиме посиленню конкурентоспроможності підприємства «Павлоградхліб» на ринку.

Ключові слова: маркетингова стратегія розвитку нового товару, рентабельність підприємства, продуктові інновації, стратегія розвитку товару на ринку, конкурентоспроможність підприємства.

SUMMARY

Tumanova G.V. Development and introduction of a new product to the market by implementation of an offensive strategy

In master's thesis the theoretical and methodological basis for the organization and control of the marketing of the company, carried out market analysis and marketing audit of the company, to develop recommendations for improving the organization of marketing and production activities of the company "Pavlogradhlib". Given the nature of production enterprise and competitiveness of "Pavlogradhlib" was suggested the introduction of a new product to the market, increase of the level of profitability of a production, implementation of an offensive strategy in the market and improve productive efficiency by introducing product innovations of "Pavlogradhlib" which will increase the competitiveness of enterprise in the market.

Keywords: marketing development strategy for new product, profitability of a production, product innovations, offensive strategy the enterprise market analysis, competitiveness of enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	8
1.1. Місце стратегічного маркетингу в структурі управління підприємством.....	8
1.2. Стратегії: сутність, види та характеристики	12
1.3. Особливості вибору маркетингової стратегії.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПрАТ «ПАВЛОГРАДХЛІБ.....	26
2.1. Характеристика підприємства та аналіз внутрішнього середовища	26
2.2. Аналіз ринку хлібобулочних виробів	35
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища	38
2.4. SWOT-аналіз підприємства	48
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	53
3.1. Вибір місії й формулювання маркетингових цілей	53
3.2. Сегментування ринку та позиціонування товару.....	59
3.3. Вибір і обґрунтування маркетингової стратегії підприємства.....	65
3.4. Рекомендації з впровадження стратегії розвитку нового товару та очікувані результати	68
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ.....	85