

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

РОЗРОБКА ПЛАНУ СТВОРЕННЯ І ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА
РИНОК

Пояснювальна записка і розрахунки
до дипломної роботи
МРЕ. 300.02.14. 05

Розробила студентка групи 216–М–323
спеціальності 075 «Маркетинг»
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів академічної
добросовісності)

Діана МАЦЕГОРА

Керівник: доцент, канд. екон. наук

Володимир ВОЛОХОВ

Рецензент: доцент, канд. екон. наук

Алла ДЕРГОУСОВА

АНОТАЦІЯ

Актуальність теми дослідження: Актуальність теми розробки плану створення та виведення нового товару на ринок зумовлена необхідністю адаптації компаній до швидких змін у споживацьких уподобаннях, технологіях та конкурентному середовищі.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження стратегії створення та виведення нового товару на ринок на прикладі компаній Apple та Samsung, з акцентом на ефективність їхніх підходів до інновацій, маркетингу та управлінських рішень, а також на виявлення шляхів зменшення ризиків при запуску нового продукту.

Об'єктом дослідження є процес створення, розробки та виведення нового товару на ринок, зокрема через аналіз компаній Apple та Samsung, їхніх стратегій інновацій, маркетингових підходів та управлінських практик.

Предметом дослідження є теоретичні, науково-методичні аспекти просування та запуску нових товарів на ринок.

Методологія дослідження: Методологічну основу кваліфікаційної роботи становлять як загальнонаукові, так і спеціальні методи наукових досліджень, зокрема методи системного підходу, порівняльного аналізу, системно-аналітичний, статистичний, аналізу та синтезу, узагальнення, абстрактно-логічний.

Структура кваліфікаційної роботи: Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку бібліографічних посилань використаних джерел. В роботі розміщено 16 таблиць, 25 рисунків та 10 додатків. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 48 найменувань .

Ключові слова: Новий товар, дослідження ринку, інновації, компанія «Apple», компанія «Samsung», брендинг, стратегія, вдосконалення процесу створення, маркетинг.

ABSTRACT

Relevance of the research topic: The relevance of the topic of developing a plan for creating and launching a new product on the market is due to the need for companies to adapt to rapid changes in consumer preferences, technologies and the competitive environment.

The purpose of the qualification work is to study the strategy of creating and launching a new product on the example of Apple and Samsung, with an emphasis on the effectiveness of their approaches to innovation, marketing and management decisions, as well as to identify ways to reduce risks when launching a new product.

The object of the study is the process of creating, developing and launching a new product, in particular through the analysis of Apple and Samsung, their innovation strategies, marketing approaches and management practices.

The subject of the study is the theoretical, scientific and methodological aspects of promoting and launching new products on the market.

Research methodology: The methodological basis of the qualification work is based on both general scientific and special methods of scientific research, in particular, methods of systematic approach, comparative analysis, system-analytical, statistical, analysis and synthesis, generalization, abstract and logical.

Structure of the qualification work: The qualification work consists of an introduction, three chapters, conclusions and a list of bibliographic references to the sources used. The work contains 16 tables, 25 figures and 10 appendices. The list of bibliographic references to the sources used includes 48 titles.

Keywords: New product, market research, innovation, Apple company, Samsung company, branding, strategy, improvement of the creation process, analysis, marketing.

Зміст

Вступ	8
1 Визначення терміну «Новий товар»	10
1.1 Сутність та основні критерії поняття «Новий товар»	10
1.2 Стратегія створення та розробка нових товарів	18
1.3 Етапи виведення на ринок та просування нового товару	26
Висновки по розділу 1	29
2 Дослідження діяльності компаній гігантів «Apple» та «Samsung»	30
2.1. Характеристика компаній «Apple» та «Samsung»	30
2.2 Дослідження ефективності створення та виведення нових товарів в компаніях «Apple» та «Samsung»	47
Висновки по розділу 2	62
3 .Рекомендації для запобігання ризиків та невдалого виведення нового товару на ринок	63
3.1 Виявлення резервів підвищення конкурентоздатності підприємства	63
3.2 Огляд зовнішніх та внутрішніх ризиків та шляхи запобігання їх на етапі розробки та виведення нового товару на ринок	70
Висновки по розділу 3	81
Загальні висновки	86
Список використаних джерел	87
Додатки	91

					<i>МРЕ. 300.02.14. 05</i>			
<i>Зм..</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>				
<i>Розробив</i>	<i>Мацегора Д.В.</i>				<i>Розробка плану створення і виведення нового товару на ринок</i>	<i>Літ.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Перевірів</i>	<i>Волохов В.А.</i>						7	103
<i>Реценз.</i>						УкрДУЗТ		
<i>Н. контр.</i>	<i>Мкртичьян О.М.</i>					Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії		
<i>Затверд.</i>	<i>Зоріна О.І.</i>							

Список використаних джерел

1. Андреева Н.М. Товарна інноваційна політика : навчальний посібник Одеса: Нац. Економ. Ун-т, 2015. 279 с.
2. Глущенко, А., Ячменникова, А. Історія становлення компанії Apple на міжнародному ринку. Економічний простір. № 191. 2024.С. 169-173.
3. Дергачова В.В., Пермінова С.О. Інтелектуальна власність: навчальний посібник. Київ: НТУУ «КПІ», 2015. 416 с.
4. Дудар В.Т. Товарна політика : опорний конспект лекцій. Тернопіль. 2020. 61 с.
5. Духновська, Л. М., Саухіна, О. В. Процес просування інноваційної продукції на ринок. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 16. 2016. С. 14-16.
6. Єрошова І.В., Зозульов О.В. Маркетингові стратегії на стадії впровадження товару на ринок. <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/8add6feb-ac26-455d-a769-35241720a1df/content>
7. Зозульов О.В. Проблеми і перспективи стратегічної стабільності підприємства. Маркетинг в Україні. 2006. № 2 (30). с. 54-57.
8. Ілляшенко С.М., Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми: ВТД «Університетська книга». 2005. 234 с.
9. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2000. 124 с.
10. Ковальчук Т.В., Кубишина Н.С. Маркетингові заходи впровадження нового товару на промисловий ринок. 2016. <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/b45f0378-f6be-4649-85c4-7247db6cbfad/content>
11. Круш П. В., Тульчинська С. О. Макроекономіка : 2-ге вид., перер. і доп., Київ : Центр учбової літератури. 2008. 328 с
12. Кубишина Н. С. Основні напрямки розробки товарної політики.

Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. 2020. № 6. С. 43–52.

13. Кубишина Н.С. Процес розроблення нового товару на промисловому ринку. Актуальні проблеми економіки та управління. К.: НТТУ «КПІ». 2014. Вип. 8. С. 46–51.

14. Лісений Є. В., Дяченко Ю. В. Управління та шляхи удосконалення маркетингової товарної політики підприємства. Економіка та суспільство. Вип. 32. 2021. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/774/742>

15. Маркетинг: підручник. А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін. Київ : КНЕУ. 2008. 600 с.

16. Маркетингова товарна політика: підручник / за ред. С. І. Чеботаря. – К.: Преса України, 2012. – 263 с.

17. Маркетинговий менеджмент: Підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. К.: Видавництво «Хімджест». 2008. 720 с.

18. Могилова А. Ю., Головка А. В. Стратегія виведення нового товару на ринок. URL: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201263/139-147.html>

19. Москаленко В. А., Удосконалення основних напрямів маркетингової політики просування інноваційних розробок. Економіка та управління підприємствами. № 5. 2018. С. 72-77.

20. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підручник. за ред. Старостіної О. О. 2005. 764 с.

21. Холодний Г. О., Сопін М. В. Визначення сутності нового товару. The 10th International scientific and practical conference «Current challenges of science and education» (June 3-5, 2024) MDPC Publishing, Berlin, Germany. 2024. С. 571-577.

22. Хулей Г. Маркетингова стратегія і конкурентне позиціонування / Грем Хулей, Джон Сондерс, Найджел Пірсі ; пер. з англ. – Дніпропетровськ : : Баланс Бізнес Букс, 2005. 800 с.

23. Isaacson W. Steve Jobs. Simon & Schuster, 2011. 604 p.
24. Merchant B. The One Device: The Secret History of the iPhone. Little, Brown and Company, 2017. 407 p.
25. Pranata Y. A., Amaranti R. Rancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Menggunakan Model SOSTAC. J. Ris. Tek. Ind., 2021. 110–120 pp.
26. Маркетинг / Под ред. Романова А.Н. - К.: Банки і біржі, 1996, с150-153
27. Старостіна А.О. Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації: Підручник. - К.: "Іван Федоров", 1997. С. 118
28. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – Розділ 5.2 “Види нового товару. Процес створення нового товару.”
29. Старостіна А.О. Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації: Підручник. - К.: "Іван Федоров", 1997. - 400 с.123
30. Стратегія підприємства Д.О. Горелов, С.Ф. Большенко. - Харків: Видво ХНАДУ, 2010. - 133 с. Розділ 14.2 “Методика побудови матриці БКГ”
31. Ілляшенко С.М., Маркетингова товарна політика: Підручник. - Суми: ВТД “Університетська книга”, 2005. - 234 с. Розділ 10.2 “Етапи розробки і виведення нового товару на ринок”
32. Товарна інноваційна політика –СумецьО.М.,ІгнатоваЄ.М. – Розділ 6.2 “Розробка плану випуску нового товару на ринок”
33. Стратегія: від розробки до реалізації / А. Карпов // Управління компанією. ЖУК. - 2006. - №3.
34. Система просування товару або Promotion технології від А до Я/Г.Г. Панічкіна, Є. І. Мазілкина. - М.: Альфа-Прес, 2006
35. Танасійчук О.М., Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренко В. М., Гевчук О. В., Поліщук Н.В. Маркетинг: Навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля» , 2019
36. Дослідження бренду Apple: історія, статистика, маркетингова стратегія. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/doslidzhennya-brendu-apple->

[istoriya-statistika-marketingova-strategiya/](#)

37. 50 років інновацій Samsung Electronics: шлях компанії до досконалості в світі TV. <https://news.samsung.com/ua/samsung-electronics-tv-history>

38. A History Timeline About Apple. <https://historytimelines.co/timeline/apple>

39. Apple Inc. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc

40. Interaction Design Foundation. Apple's Product Development Process – Inside the World's Greatest Design Organization. Interaction Design Foundation - IxDF. <https://www.interaction-design.org/literature/article/apple-s-product-development-process-inside-the-world-s-greatest-design-organization>

41. iPhone 16 замовляють гірше за торішню лінійку. Попит на iPhone 16 Pro/Max виявився нижчим за очікуваний. [https://processer.media/ua/iphone-16-zamovlyajut-girshe-za-torishnju-linijku-popit-na-iphone-16-pro-max-viyavivsya-nizhchim-za-ochikuvaniy/](https://processer.media/ua/iphone-16-zamovlyajut-girshe-za-torishnju-linijku-popit-na-iphone-16-pro-max-viyavivsya-nizhchim-za-ochikuvaniy)

42. New Product Development Process At Apple (4 Steps) | TCGen. <https://www.tcgen.com/blog/product-development-process-apple/>

43. Samsung Investor Relations <https://www.samsung.com/global/ir/financial-information/audited-financial-statements/>

44. Samsung Marketing Mix (4Ps) Analysis. <https://www.edrawmind.com/article/samsung-marketing-mix-analysis.html>

45. Samsung's Product Innovation Team: How Ideas Becomes Streamlined. <https://news.samsung.com/global/samsungs-product-innovation-team-how-ideas-becomes-streamlined>

46. Statista. <https://www.statista.com/>

47. The Founding of Apple Computer, Inc. <https://guides.loc.gov/this-month-in-business-history/april/apple-computer-founded>

48. The History of Apple. <https://churchm.ag/history-of-apple-computers/>