

Маркетинговий проєкт: запуск нового продукту на українському ринку

В'ячеслав Довгаленко,

студент магістратури,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: DovahlenkoVS@kror.edu.ua

Ірина Петрова,

д.е.н., проф,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: irinapl@krok.edu.ua,

ORCID: 0000-0003-42 06-5403

Маркетингові проєкти відіграють визначальну роль у створенні та реалізації нових продуктів, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність українських підприємств.

Метою даної роботи є обґрунтування стратегії запуску нової лінійки снєків на українському ринку, що передбачає аналіз ключових етапів розробки та впровадження продукту, а також розгляд потенційних ризиків і переваг, пов'язаних із цим процесом.

Ринок снєків в Україні продовжує динамічно розвиватися, що зумовлено зміною способу і темпу життя та потребою у швидких і зручних перекусах. Впровадження інноваційних рішень у виробництві снєків дозволяє створювати продукти, які відповідають сучасним трендам здорового харчування та екологічної відповідальності. Ця тема є актуальною через необхідність задовольнити нові споживчі очікування та посилити конкурентні позиції компанії на ринку.

Процеси, пов'язані з запуском нових продуктів у харчовій промисловості, охоплюють аналіз конкурентного середовища, споживчих вподобань та вибір доцільних маркетингових стратегій.

Основним предметом досліджуваного маркетингового проєкту є визначення стратегії запуску нової лінійки снєків, що включає маркетингові підходи, інноваційні технології виробництва та канали дистрибуції.

Ринок снєків в Україні набуває популярності, оскільки споживачі все більше цінують продукти, що поєднують у собі корисні властивості, зручність у споживанні та доступність. Аналітики вказують, що сегмент здорових снєків зростає швидшими темпами, ніж традиційні продукти, що відкриває широкі можливості для нових гравців.

Основними споживачами нових продуктів є молодь та люди середнього віку, які віддають перевагу активному способу життя. Це створює перспективи для запуску продуктів з інноваційними властивостями, збагаченнями вітамінами, білками або з використанням органічних інгредієнтів.

Потенційні конкуренти вже пропонують широкий асортимент снєків, проте на ринку залишається місце для продуктів, що відповідають сучасним екологічним трендам.

Використання сучасних технологій у виробництві дозволяє зберегти

природні смакові та поживні властивості продукту. Наприклад, ефективними є нові методи сушіння, що мінімізують втрату вітамінів, і завдяки цьому можуть стати однією з основних конкурентних переваг нового продукту.

Інноваційні смаки та поєднання інгредієнтів, такі як чіпси на основі тапіоки зі смаком натуральної креветки, кокосові чіпси, здатні зацікавити споживача своєю унікальністю. Ці продукти орієнтовані не лише на задоволення смакових бажань, але й на створення нових трендових моделей споживання.

Використання екологічних матеріалів для упаковки, що біологічно розкладаються, є важливим чинником для залучення споживачів, які дбають про екологію. Це може підсилити позиціонування нового продукту як відповідального до навколишнього середовища.

Ідентифікація цільової аудиторії є важливим кроком у маркетинговому проекті. Молодь у віці від 18 до 35 років є основною цільовою аудиторією, яка цінує як смакові якості, так і користь для здоров'я. Також важливо залучити родини з дітьми та людей, які активно займаються спортом.

Вибір каналів збуту має включати не лише традиційні роздрібні магазини та супермаркети, але й онлайн-платформи, які набувають дедалі більшої популярності. Підключення до великих e-commerce майданчиків, таких як Rozetka, Maudau, а також інтернет – доставок мереж супермаркетів, допоможе швидко досягти значної аудиторії.

Для реалізації маркетингового проекту потрібна розроблена маркетингова кампанія, яка акцентується на соціальних мережах та співпраці з інфлюенсерами. Кампанія має бути інтерактивною та креативною, бажано нативною, щоб привернути увагу молоді. Використання коротких відео на платформах TikTok та Instagram може сприяти підвищенню впізнаваності бренду.

У фінансовій частині маркетингового проекту ключовим фактором успіху є розробка бізнес-плану з чіткою оцінкою початкових інвестицій. Розрахунок витрат на виробництво, маркетинг, логістику та просування допоможе забезпечити реалістичне прогнозування P&L, а в подальшому результативну EBITDA.

Прогнозування прибутковості має базуватися на ретельному аналізі цінової політики конкурентів та ціновій чутливості споживачів. Необхідно забезпечити встановлення конкурентоспроможної ціни, яка враховує витрати на виробництво та очікуваний GP (gross profit).

Оцінка ризиків повинна охоплювати потенційні зміни у споживчих вподобаннях, економічні коливання та можливі перебої у постачанні сировини та матеріалів. Застосування гнучкої стратегії реагування на зовнішні виклики дозволить швидко адаптуватися до змін у середовищі.

Важливим аспектом маркетингової стратегії є підтримка місцевої економіки через використання локальних інгредієнтів та сплату податків у державну казну. Це впливає на позитивний імідж компанії серед споживачів, які цінують підтримку українських виробників.

Впровадження екологічно чистих практик у виробництві та логістиці,

таких як використання відновлюваних джерел енергії або переробка відходів, сприятиме підвищенню привабливості продукту на ринку. Крім того, важливе запровадження соціальних ініціатив, спрямованих на благодійність або підтримку місцевих громад, що може створити додаткову лояльність до бренду серед свідомих споживачів.

Проект запуску нової лінійки снєків на українському ринку має значний потенціал за умов грамотного планування та адаптації до сучасних споживчих тенденцій. Врахування інноваційних підходів у виробництві, екологічна відповідальність та ретельна маркетингова стратегія сприятимуть створенню успішного продукту, що не лише задовольнить потреби клієнтів, але й зміцнить позиції компанії на ринку. Залучення інвестицій, чітке управління фінансами та активна робота над репутацією бренду допоможуть досягти успіху в реалізації цього проекту.

Ключові слова: маркетинговий проект, запуск нового продукту, аналіз ринку.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України: *Офіційні звіти та статистичні дані про ринок харчових продуктів.*
2. Carl Quash «Five Key Snack Trend to Track in 2024-2025»
3. *Snack Food Global Market Report (2024-2033) forecast*
4. *Global Market Insights. "Trends in the Global Snack Market". 2023.*
5. R.A. Jones «How Packaging OEMs Are Helping CPG Manufacturers»