

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО- МОГИЛЯНСЬКА
АКАДЕМІЯ»

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК
Кафедра маркетингу та управління бізнесом

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

Освітній ступінь – магістр

на тему **«МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ТА**
ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК»

Виконав: студент 2 року навчання

Спеціальності 075 «Маркетинг»

Зінюк Євгеній Ростиславович

Керівник: Храпкіна В. В.

доктор економічних наук, професор

Рецензент:

Магістерська робота захищена

з оцінкою «_____»

Секретар ЕК: Ісаєнко А.М.

«__»_____ 2023р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1.....	6
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ТА ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК	6
1.1. Сутність маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок	6
1.2. Маркетингові інструменти забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок	9
1.3. Етапи розробки нового товару та стратегія запуску продукту	14
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2.....	20
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ТА ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК	20
2.1. Загальна характеристика компанії «Ajax Systems» та її місце на ринку охоронних систем в Україні	20
2.2. Дослідження ринку охоронних систем України.....	30
2.3. Визначення цільової аудиторії фірми "Ajax Systems"	35
Висновки до розділу 2	40
РОЗДІЛ 3.....	41
УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ КОМПАНІЇ " AJAX SYSTEMS "НА РИНОК ОХОРОННИХ СИСТЕМ УКРАЇНИ.....	41
3.1. Оцінка конкурентних переваг компанії Ajax Systems.....	41
3.2. Удосконалення стратегії виведення товару на ринок охоронних систем України	46
3.3. Оцінка ефективності виведення товару на ринок.....	51
Висновки до розділу 3	54
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Ринок сьогоднішнього дня є надзвичайно конкурентним та насиченим, що ставить перед підприємствами складні виклики щодо розробки та виведення нових товарів на ринок. У зв'язку з цим, розвиток ефективної маркетингової стратегії є надзвичайно важливим етапом у процесі виведення нового продукту на ринок.

Маркетингове забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок є комплексним питанням, яке охоплює в собі проведення досліджень ринку, розробку цільової аудиторії, визначення позиціонування продукту, розробку стратегії ціноутворення, планування та реалізацію маркетингових комунікацій тощо. Успіх виведення нового товару на ринок залежить від якості та ефективності маркетингової стратегії.

У сучасних умовах розвитку глобального ринку, конкуренції та постійних змін споживчих вимог, питання виведення нових товарів на ринок та їх ефективної промоції має особливе значення. Велика кількість компаній змагаються за увагу покупців, і, відповідно, високі продажі своїх товарів. Одним з ключових факторів успіху є правильна стратегія маркетингового забезпечення нового товару на ринку.

Серед науковців, які приділяли увагу питанням маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок можна зазначити таких авторів, як: Філіп Котлер, Тед Левітт, Майкл Портер, Девід Огілві, Джек Траут, Сет Годін, Роберт К. Калдіні, Ал Райз. Також дослідження в галузі маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок проводять бізнес-консультанти, серед яких Майкл Бор, Річард Бренсон, Едвард де Боно, Пітер Друкер, Денніс Карпентер, Річард Коч, Тоні Роббінс та багато інших.

Мета дослідження: узагальнення теоретико-практичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо маркетингового забезпечення виведення нового товару на ринок .

Мета роботи зумовила вирішення наступних завдань дослідження:

- дослідити сутність маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок;
- розкрити маркетингові інструменти маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок;
- висвітлити етапи розробки нового товару та стратегії запуску продукту;
- проаналізувати ринок охоронних систем України;
- виокремити місце компанії «Аjah» на ринку охоронних систем в Україні;
- визначити стан споживчого попиту на охоронні системи
- визначити цільову аудиторію компанії «Аjah»;
- удосконалити стратегію виведення товару на ринок та дати оцінку її ефективності.

Об'єктом дослідження виступає процес маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні засади процесу маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок.

Методологічною основою дослідження є системний підхід, аналіз, діалектичний метод пізнання, фундаментальні положення сучасних економічних теорій, сучасні концепції виведення нового товару на ринок. Для вирішення поставлених задач були використані наступні методи дослідження: аналізу та синтезу, метод логічного узагальнення, спостереження, маркетингові методи, опитування та анкетування, експертні оцінки, .

Інформаційно-фактологічну базу магістерської роботи склали: зібрані, опрацьовані й узагальнені автором первинні матеріали маркетингових досліджень і внутрішньої документації підприємства, статистичні дані, інтернет-джерела.

Розроблені рекомендації допоможуть підвищити ефективність маркетингової стратегії та забезпечити успішне виведення нового товару на ринок.

Структура і обсяг роботи. Зміст кваліфікаційної роботи викладено на 80 сторінках основного тексту. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Матеріали дослідження проілюстровано 9 рисунками, 19 таблицями.

Апробація результатів дослідження:

Маркетингове забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок Економічні перспективи: Збірник студентських наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – Х.: Стиль-Іздат, 2022. – №14 (том 1). с.36-41

Маркетингове забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок // Сталий розвиток економіки, суспільства та підприємництва [Електронний ресурс]: матеріали Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 27-28 квітня 2023 р./ За ред. І. Перевозової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. – с. 432-434 – Електронні текстові дані. – Режим доступу : https://nung.edu.ua/sites/default/files/2023-05/збірник_тез.pdf

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ТА ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК

1.1. Сутність маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок

Маркетинг нового товару - це процес, за допомогою якого фахівці з PR і маркетингу створюють продукт і виводять його на ринок. Головна мета маркетингу продукту полягає в успішному запуску продукту і його рекламній кампанії, а також в моніторингу його успіху після введення на ринок. Маркетологи аналізують потреби споживачів та ідеї, щоб створити продукт, який задовольняє ці потреби, і розробляють ефективну рекламну стратегію для його просування.

Поняття "продукт" у маркетингу охоплює все, що компанія пропонує на ринку і задовольняє бажання або потреби споживачів. Продукт може мати як матеріальну форму, так і нематеріальну, наприклад, послуги або ідеї, такі як інтелектуальна власність [1].

Маркетинг продукту є важливим, оскільки він допомагає внутрішнім командам компанії з виробництва та розробки створювати продукти, які задовольняють потреби цільової аудиторії та приваблюють споживачів. Для досягнення цієї мети необхідне активне спілкування з клієнтами і цільовими сегментами, що дозволяє виявити нові ринки для продукту та переконатися, що він задовольняє потреби клієнтів. Маркетинг продукту також сприяє досягненню довгострокового успіху, визначенню попиту на нові продукти та покращує співпрацю між відділами продажу, маркетингу та розробки продукту, допомагаючи їм працювати ефективніше разом.

Сутність маркетингу нового товару полягає в розробці і впровадженні стратегій та дій, спрямованих на успішний запуск і просування нового

продукту на ринку. Він охоплює широкий спектр дій, спрямованих на вивчення потреб і бажань цільової аудиторії, створення конкурентоздатного продукту, його просування, комунікацію зі споживачами та встановлення взаємовигідних відносин з ними (табл. 1).

Таблиця 1

Основні етапи маркетингу нового товару.

Етапи маркетингу	Основна суть
Дослідження ринку	Аналізується цільова аудиторія, її потреби, попит на подібні товари, конкуренція та інші фактори, що впливають на успіх продукту.
Розробка стратегії	Формулюється мета і завдання, визначається позиціонування продукту, вибираються маркетингові канали та способи просування.
Розробка продукту	Створюється сам продукт, з урахуванням потреб цільової аудиторії, вимог ринку і конкурентних переваг. Включає в себе дизайн, функціональність, якість і упаковку.
Комунікація та реклама	Розробляються стратегії залучення уваги споживачів, інформування про переваги продукту, залучення до нього зацікавлених покупців.
Дистрибуція	Вибір каналів розподілу, організація поставок і логістики, забезпечення доступності продукту для споживачів.
Аналіз результатів	Вимірювання ефективності маркетингових заходів, виявлення проблем та можливостей для поліпшення.

Сутність маркетингу нового товару полягає в тому, щоб зрозуміти потреби своїх цільових споживачів і розробити продукт, який задовольняє їхні вимоги та очікування. Крім того, маркетингові фахівці визначають оптимальну стратегію просування продукту на ринку, залучають увагу споживачів, створюють ефективні комунікаційні кампанії та встановлюють довгострокові відносини з клієнтами.

Головна мета маркетингу нового товару полягає в досягненні успіху на ринку шляхом збільшення обсягу продажів, підвищення свідомості бренду, отримання переваги перед конкурентами та задоволення потреб споживачів. Для досягнення цих цілей маркетологи використовують інструменти маркетингового дослідження, сегментування ринку, розробку маркетингових

стратегій, просування продукту через рекламу, PR-комунікації, прямий маркетинг та інші методи.

Успіх маркетингу нового товару залежить від кількох факторів, включаючи правильну ідентифікацію цільової аудиторії, аналіз ринку та конкурентного середовища, вивчення потреб споживачів, ефективне позиціонування продукту, впровадження ефективних маркетингових стратегій та надання високоякісного продукту і обслуговування.

Отже, сутність маркетингу нового товару полягає в розробці та впровадженні комплексу заходів, спрямованих на задоволення потреб цільової аудиторії, популяризацію продукту та досягнення успіху на ринку. Це вимагає ретельного дослідження ринку, розробки стратегій, ефективного комунікування зі споживачами та постійного вдосконалення і оптимізації маркетингових зусиль. Процес маркетингу нового товару є неперервним, оскільки ринкові умови, потреби споживачів і конкурентна ситуація постійно змінюються.

Одним з ключових аспектів маркетингу нового товару є розробка цільового плану маркетингу, який визначає стратегічні цілі, цільову аудиторію, позиціонування продукту, канали розподілу, маркетингові комунікації та інші аспекти. План маркетингу слугує основою для координації роботи різних відділів компанії та забезпечує їхню спрямованість на досягнення спільних маркетингових цілей [3-4].

Важливим елементом маркетингу нового товару є також розробка маркетингової стратегії, яка визначає спосіб позиціонування продукту на ринку та виокремлення його від конкурентів. Це може включати в себе виділення унікальних особливостей продукту, його переваг, цінностей для споживачів, а також встановлення конкурентоспроможної цінової політики.

Маркетингові комунікації є ще одним важливим аспектом маркетингу нового товару. Вони включають рекламу, паблік рілейшнз, промоції, прямий маркетинг та інші інструменти, що допомагають підвищити усвідомленість про продукт, зацікавити споживачів та створити позитивне сприйняття.

Успіх маркетингу нового товару вимагає також постійного моніторингу та аналізу результатів. Це дозволяє оцінити ефективність маркетингових заходів, виявити проблеми, визначити потенційні можливості для поліпшення та внести необхідні корективи. Аналіз результатів допомагає встановити, наскільки успішно продукт впливає на ринок, чи задовольняє він потреби споживачів, а також виявити основні чинники, що впливають на його успіх або невдачу [5].

Крім того, маркетинг нового товару передбачає і постійну адаптацію до змін на ринку і середовищі. Він повинен бути гнучким і готовим змінювати стратегії та тактики просування продукту, адаптуватися до змін в поведінці споживачів, конкуренції та технологічних розробок.

Загалом, сутність маркетингу нового товару полягає в управлінні процесом впровадження нового продукту на ринок з метою досягнення успіху. Це включає розробку стратегій, комунікацію зі споживачами, просування продукту, аналіз результатів та постійне вдосконалення. Успіх маркетингу нового товару залежить від ретельного вивчення ринку, розуміння потреб цільової аудиторії, ефективного планування та реалізації маркетингових заходів, а також вміння адаптуватися до змін і забезпечувати конкурентоспроможність продукту.

1.2. Маркетингові інструменти забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок

Маркетингові інструменти відіграють ключову роль у процесі розробки та виведення нового товару на ринок. Вони допомагають компаніям аналізувати ринок, розуміти потреби та переваги споживачів, а також визначити стратегію, що дозволить ефективно запровадити продукт на ринок. Без вдалою аналітики ринку та збору інформації, ідея та в процесі, реалізований продукт, може не задовольняти потребу споживача та

виявиться, що даний продукт, не несе ніякої користі на ринку. Відправною точкою є саме аналітика та тестування.

Розглянемо їх більш детально та виділимо основний алгоритм, першим кроком якого є аналіз ринку, далі є реалізація ідеї та останнім кроком є просування продукту. (рис.1).



Рисунок 1 - Алгоритм виведення нового товару на ринок

Дослідження ринку: Цей інструмент полягає в зборі, аналізі та інтерпретації даних, що дозволяють компанії зрозуміти потреби та вимоги споживачів, виявити ринкові тенденції та конкурентну ситуацію. Дослідження ринку надає компанії інформацію, необхідну для прийняття обґрунтованих рішень щодо розробки та маркетингової стратегії.

Сегментація ринку: Цей інструмент включає поділ ринку на окремі сегменти на основі спільних характеристик споживачів, таких як вік, стать, географічне положення, інтереси та потреби. Сегментація ринку допомагає компанії зорієнтувати свої маркетингові зусилля на конкретні групи споживачів та розробити відповідну комунікаційну стратегію.

Розробка продукту: Цей інструмент охоплює процес створення нового продукту або модифікацію існуючого з метою задоволення потреб споживачів. Включає в себе дослідження ринку, аналіз конкуренції, створення прототипів, тестування та впровадження на ринок. Мета розробки продукту полягає у створенні продукту, який буде конкурентоспроможним та відповідатиме потребам споживачів.

Ціноутворення: Ціноутворення включає визначення оптимальної ціни продукту, яка відображає його вартість та конкурентоспроможність на ринку. Компанія повинна враховувати фактори, такі як витрати на виробництво, конкуренцію, споживацькі переваги продукту та позиціонування на ринку. Правильне ціноутворення дозволяє досягти балансу між прибутковістю продукту та його сприйняттям споживачами.

Тестування: Це інструмент маркетингової підтримки, що стосується використання різних методів і технік тестування для збору даних, розуміння та відгуків з метою інформування та вдосконалення маркетингових стратегій і кампаній. Це передбачає проведення систематичних експериментів, збір даних і аналіз результатів для прийняття обґрунтованих рішень щодо маркетингових ініціатив.

Промоція: Інструмент промоції включає всі активності, спрямовані на залучення уваги споживачів до нового продукту та стимулювання їх до покупки. Це можуть бути рекламні кампанії, акції, знижки, піар, участь у виставках та інші маркетингові заходи. Промоція допомагає збільшити обізнаність про продукт і підвищити його продажі.

Розповсюдження: Цей інструмент стосується каналів розповсюдження продукту від виробника до кінцевого споживача. Він включає вибір

оптимальних каналів дистрибуції, логістику, складське управління та оптимізацію процесу поставок. Розповсюдження дозволяє забезпечити доступність продукту для споживачів у відповідних місцях та часах.

Позиціонування: Цей інструмент визначає, як компанія бажає бути сприйнятою споживачами в порівнянні з конкурентами. Включає в себе розробку унікального образу продукту та створення значущих переваг. Позиціонування допомагає встановити унікальну позицію на ринку.

Брендування: Цей інструмент полягає в створенні та розвитку бренду продукту. Бренд - це унікальна ідентичність, яка надає продукту відрізнєння від конкурентів і створює сприятливі уявлення в усвідомленні споживачів. Брендуння включає в себе розробку логотипу, слогану, упаковки, а також створення сприятливого споживчого досвіду та взаємодії з брендом.

Обслуговування клієнтів: Цей інструмент відіграє важливу роль у підтриманні задоволеності та лояльності клієнтів. Компанія повинна забезпечити якісне обслуговування після продажу, відповідати на запити та скарги клієнтів, надавати консультації та підтримку. Ефективне обслуговування клієнтів допомагає побудувати довгострокові взаємовідносини з клієнтами та сприяє позитивній репутації компанії.

У процесі розробки та виведення нового товару на ринок, маркетингологи використовують різноманітні інструменти, щоб досягти успіху. Кожен з цих інструментів має свої переваги і недоліки, які варто врахувати для ефективного планування та прийняття рішень (табл 2).

Таблиця 1.2

Переваги і недоліки маркетингових інструментів забезпечення
розробки та виведення нового товару на ринок

Маркетингові інструменти	Опис	Переваги	Недоліки
Дослідження ринку	Аналіз потреб, конкуренції, можливостей та загроз на ринку	Дозволяє отримати глибоке розуміння потреб і попиту споживачів	Можуть бути дорогими і затратними по часу
Сегментація ринку	Розбиття ринку на сегменти зі схожими	Дозволяє ідентифікувати і	Потребує детального

	потребами та характеристиками	зрозуміти різні сегменти ринку	дослідження та аналізу
Розробка продукту	Створення або модифікація нового товару з урахуванням потреб споживачів	Допомагає створити товар, який відповідає потребам клієнтів	Вимагає значних інвестицій у дослідження, розробку і тестування
Ціноутворення	Встановлення оптимальної ціни для товару з урахуванням конкуренції та цінності для споживачів	Дозволяє встановити ціну, яка відповідає цільовій аудиторії і ринковим умовам	Вимагає ретельного аналізу конкуренції та вартості продукції
Промоція	Маркетингові комунікації для підтримки впровадження продукту на ринку	Допомагає залучити увагу до продукту і збільшити свідомість бренду	Можуть бути високі витрати на рекламу та промоційні заходи
Розповсюдження	Створення каналів постачання та дистрибуції товару	Забезпечує доступність продукту для клієнтів та широку його розповсюдження	Вимагає розвитку дистрибуційних каналів і логістики
Позиціонування	Визначення унікальної пропозиції товару та способу його сприйняття споживачами	Дозволяє визначити унікальну позицію продукту на ринку і виділитися серед конкурентів	Вимагає чіткого спрямування та комунікації брендового повідомлення
Брендування	Створення і підтримка бренду, що передає цінність товару	Створює унікальну ідентичність товару або компанії	Вимагає значних інвестицій в рекламу та просування бренду
Обслуговування клієнтів	Надання якісної післяпродажної підтримки та задоволення потреб клієнтів	Дозволяє підтримувати задоволення клієнтів і забезпечувати їх вірність	Вимагає великих зусиль та ресурсів для надання якісної підтримки

Слід наголосити, що інструменти взаємодіють між собою і використовуються компаніями для ефективної розробки та виведення нового товару на ринок. Комбінація цих інструментів допомагає зрозуміти споживачів, створити конкурентоспроможний продукт, визначити його ціну, ефективно просунути на ринку, забезпечити його доступність та створити сильний бренд. Крім того, надання відмінного обслуговування клієнтів допомагає підтримати взаємовідносини зі споживачами та стимулює повторні покупки.

1.3. Етапи розробки нового товару та стратегія запуску продукту

Впровадження нового товару на ринок є складним та важливим етапом для будь-якої компанії. Сучасна бізнес-середовище вимагає постійного інноваційного розвитку та адаптації до змін, тому розробка та впровадження нових товарів стають ключовими факторами успіху організацій.

Процес створення та введення нового товару на ринок вимагає системного підходу, креативності та досконалого розуміння потреб споживачів. Варто докладати значних зусиль на кожному етапі цього процесу, починаючи від генерації ідей та дослідження ринку, і закінчуючи впровадженням та маркетинговою підтримкою нового продукту [4].

Стратегія запуску продукту є важливою складовою маркетингового плану, яка допомагає ефективно вивести новий продукт на ринок і привернути увагу цільової аудиторії. Вона включає ряд кроків та розглядається з урахуванням особливостей продукту, ринку та конкурентного середовища.

Розробка нового товару включає декілька етапів, які допомагають привести ідею до життя і впровадити продукт на ринок. Основні етапи розробки нового товару включають (рис 1.2):

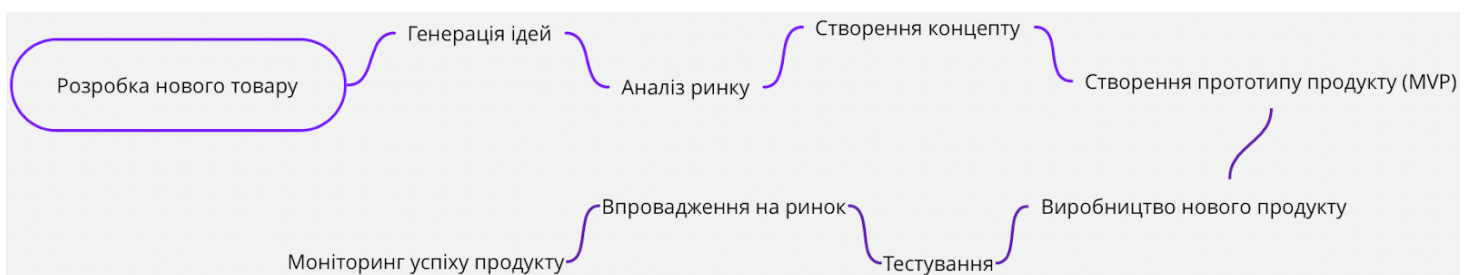


Рисунок 1.2 - Етапи розробки нового товару

Етапи розробки нового товару включають:

- На першому етапі генерації ідей виникають нові концепції для продукту. Слід зазначити, вони можуть виникати в результаті маркетингових

досліджень, внутрішнього творчого процесу, зворотного зв'язку від споживачів або співпраці зі сторонніми партнерами.

- На другому етапі проводяться дослідження ринку, аналізуються потреби споживачів, вивчаються конкуренти і визначаються перспективи успіху продукту. Важливим є те, що саме така аналітика внаслідок цього допомагає зрозуміти, чи вигідно і життєздатно впроваджувати даний товар на ринок чи він не вирішить якусь проблему та не буде корисним для споживача.

- Після створення ідеї та проведення аналітики, важливим є створення концепту продукту. На цьому етапі формуються основні характеристики, переваги, цільова аудиторія та позиціонування на ринку. Варто зазначити, що концепція слугує основою для подальшої розробки продукту.

- На даному етапі створюється фізичний прототип або пробний зразок продукту чи послуги. Це дозволяє перевірити його функціональність, якість та відповідність вимогам споживачів. До того ж на цьому етапі, створений прототип можна випробувати, протестувати та визначити його недоліки.

- Наступний етап передбачає виробництво нового товару. Розробляються виробничі процеси, здійснюється закупівля необхідних матеріалів і компонентів, налагоджується виробнича лінія або процес. Важливо забезпечити високу якість продукції та дотримання термінів виробництва перед тим, як запускати виробництво продукції масово.

- Після виготовлення першої партії нового товару проводяться тестування та випробування для перевірки його якості, безпеки та функціональності. Це може включати внутрішні та зовнішні тести, оцінку відповідності стандартам і вимогам, а також отримання зворотного зв'язку від тестувальних груп або споживачів.

- Після успішного завершення всіх попередніх етапів новий товар готовий до впровадження на ринок. Розробляється маркетингова кампанія, проводяться заходи з просування, встановлюються ціни, договори з дистриб'юторами та роздрібними мережами. Також варто зазначити, що

проводяться навчання персоналу та розробка матеріалів з просування продукту.

- Фінальний етапом, після введення на ринок є моніторинг успіху продукту. Даний етап включає в себе аналіз продажів, отримання зворотного зв'язку від клієнтів, вивчаються конкуренти та ринкові тенденції. На основі цих даних можна проводити оновлення, поліпшення або розширення продукту, а також коригувати маркетингові стратегії.

Кожен етап розробки нового товару вимагає уважного планування, досліджень і взаємоузгодження з різними внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами. Важливо забезпечити взаємодію між різними відділами компанії, такими як маркетинг, дизайн, дослідження та розробка, виробництво та маркетингова комунікація.

Процес розробки нового товару може бути складним і вимагати значних зусиль, але він дозволяє компаніям інновувати, впроваджувати нові ідеї та задовольняти потреби споживачів. Крім того, етапи розробки нового товару можуть варіюватися в залежності від конкретного продукту, галузі та стратегії компанії.

В етапах розробки товарів постійно з'являються нові рішення та підходи, спрямовані на поліпшення процесу та результату. На наш погляд найбільш ефективними є наступні:

- Використання дизайну Thinking (мислення дизайнера): Цей підхід акцентується на вирішенні проблеми з орієнтацією на потреби та вимоги клієнта. Замість традиційного фокусу на технологіях або виробництві, дизайн Thinking ставить на перший план користувача, його емоції, потреби та досвід. Це допомагає створити більш інноваційні та споживач-орієнтовані продукти [6].

- Використання Lean-принципів: Lean-принципи базуються на ефективному використанні ресурсів та уникненні зайвих витрат. В контексті розробки товарів, це означає скорочення часу та зусиль, спрощення процесів

та зосередження на виробництві високоякісних продуктів, які відповідають потребам клієнтів [8].

- Використання Agile-методологій: Agile-підхід полягає в ітеративному та інкрементальному розробленні продукту з акцентом на співпрацю, комунікацію та швидку реакцію на зміни. Це дозволяє командам розробників швидко пристосовуватися до змінних умов, вдосконалювати продукт і отримувати зворотний зв'язок від користувачів на ранніх етапах розробки [7].

- Використання технологій швидкого прототипування: Швидке прототипування дозволяє розробникам швидко створювати та тестувати прототипи продукту перед його фінальним виробництвом. Це дозволяє виявляти потенційні проблеми та вдосконалювати дизайн ще на ранніх стадіях розробки. Технології швидкого прототипування, такі як 3D-друк або комп'ютерне моделювання, дозволяють зменшити витрати і скоротити час, який потрібен на створення фінального продукту [11-12].

- Використання Internet of Things (IoT): IoT відкриває нові можливості для розробки підключених продуктів, які можуть взаємодіяти з іншими пристроями та збирати дані про використання та поведінку споживачів. Це дозволяє компаніям збирати цінну інформацію для вдосконалення продуктів та розуміння потреб споживачів [10].

- Використання штучного інтелекту (AI): Штучний інтелект може бути використаний для аналізу великих обсягів даних, прогнозування тенденцій споживання, персоналізації продуктів та покращення взаємодії зі споживачами. AI може допомогти виявити нові можливості та покращити стратегії маркетингу нових товарів [9].

Всі ці нові рішення спрямовані на покращення процесу розробки товарів, забезпечення високої якості та задоволення потреб споживачів. Швидкий прототипування, використання технологій, IoT та AI дозволяють створювати інноваційні продукти, відповідати на змінні потреби ринку та ефективно конкурувати на сучасному бізнес-ландшафті.

Важливо зазначити, що успіх розробки нового товару залежить від багатьох факторів, таких як ринкова потреба, конкурентна ситуація, якість продукту, ефективність маркетингових зусиль та здатність компанії адаптуватися до змінних умов ринку.

Оглядаючи усі етапи розробки нового товару, компанії можуть максимізувати свій потенціал для успішного впровадження нових продуктів, які задовольняють потреби споживачів та сприяють розвитку бізнесу.

Висновки до розділу 1

У даному розділі ми дослідили сутність маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок, маркетингові інструменти, які залучаються в цьому процесі та етапи розробки нового товару та процес виведення на ринок. Сутність маркетингу нового товару полягає в розробці стратегії продажу товару, залученні цільової аудиторії та підвищенні свідомості про товар на ринку.

Етапи розробки нового товару включають в себе підготовчу роботу, розробку самого товару, тестування та відладку, а також вивчення ринку та його потреб. Після створення нового товару та його тестування починається етап виведення на ринок, який включає в себе маркетингову підтримку та різного роду промоції, які допоможуть як можна швидко стимулювати збут продукту. Кожен з етапів має свої особливості та вимоги до виконання.

Окрім цього були проаналізовані сучасні технології та рішення, які допомагають на кожному етапі під час створення та виведення нового товару на ринок, а саме використання дизайну Thinking, lean-принципи, Agile-методологія, технологія швидкого прототипування, Internet of Things, технологія штучного інтелекту (AI).

Маркетингові дослідження є важливою складовою розробки нового товару. Ці дослідження допомагають з'ясувати потреби цільової аудиторії, вивчити конкурентні переваги та слабкі місця товару на ринку, встановити

оптимальну ціну та розробити стратегію просування товару на ринку. Сама розробка стратегії неможлива без попереднього аналізу ринку, тому що без визначення потреб споживачів та попиту на новий продукт успіх фактично неможливий.

Усі ці аспекти мають важливе значення для успішного впровадження нового товару на ринок та досягнення максимального прибутку від його продажу.

РОЗДІЛ 2.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ТА ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК

2.1. Загальна характеристика компанії «Ajax Systems» та її місце на ринку охоронних систем в Україні

Ajax Systems — це українська компанія, яка спеціалізується на виробництві та розробці бездротових охоронних систем для домашнього та комерційного використання. Компанія була заснована в 2011 році і зараз є однією з провідних компаній в галузі охоронних систем в Україні та за її межами.

Основним продуктом компанії є Ajax Security System - це бездротова система охорони, яка складається з різних компонентів, таких як датчики руху, дверні/віконні контакти, камери спостереження, димові датчики та інші. Система підтримує підключення до Інтернету та мобільні додатки для віддаленого керування та моніторингу.

Компанія Ajax Systems також має широку дистриб'юторську мережу, яка охоплює більшість країн світу, що дозволяє їй забезпечувати якісну та швидку підтримку для своїх клієнтів. Крім того, Ajax Systems активно працює над розробкою нових технологій та продуктів, щоб залишатися на передовій в галузі охоронних систем.

Ajax Systems вважається однією з провідних у галузі безпеки і охоронних систем у світі. Вона спеціалізується на виробництві бездротових систем безпеки для дому, бізнесу та інших об'єктів. Компанія має широкий асортимент продуктів, включаючи сигналізаційні системи, камери відеоспостереження, домофони та інші пристрої.

Однією з головних переваг продуктів Ajax Systems є їхній бездротовий зв'язок. Системи Ajax Systems використовують передові технології зв'язку,

такі як двосторонній зв'язок Jeweller, що забезпечує надійний зв'язок між пристроями, а також захист від зламу та перешкоджання.

Крім того, системи Ajax Systems мають інтуїтивно зрозумілий і простий інтерфейс, що дозволяє користувачам легко налаштувати та керувати системами безпеки. Компанія також пропонує своїм клієнтам безкоштовний хмарний сервіс, що дозволяє віддалено керувати системами з будь-якого місця з Інтернет-підключенням.

Компанія відрізняється високою якістю своїх продуктів та надійністю їхньої роботи. Компанія має власну лабораторію досліджень, де проводиться тестування та вдосконалення своїх продуктів перед їхнім випуском на ринок.

Компанія Ajax Systems є однією з провідних компаній у сегменті ринку безпекових систем в Україні та на міжнародному ринку. На сьогоднішній день вона випускає продукти, які мають високу якість та забезпечують надійну охорону будь-яких приміщень, будівель, складів, офісів, квартир тощо.

Результати проведеного дослідження свідчать про те, що компанія Ajax Systems має сильну позицію на ринку завдяки своїм продуктам, які відрізняються високим рівнем технічних можливостей, безпеки та простоті в установці та експлуатації. Більшість продуктів Ajax пропонуються на ринку за достатньо високими цінами, що забезпечує її прибутковість.

Продукція реалізується за допомогою непрямих продажів, тобто через посередників, що є більш типовим для великих компаній. Клієнти, щоб придбати продукцію від певної фірми, повинні звернутися до офіційних торгових представників, оскільки відсутній безпосередній контакт між продавцем та покупцем.

Продукція компанії головним чином продається через дистриб'юторів та охоронні компанії, які є як вітчизняними, так і зарубіжними. Найбільша кількість продажів здійснюється в країнах Східної та Західної Європи. Також, компанія має деяку співпрацю з країнами Африки та Східної Азії,

проте ця співпраця поки не є стійкою. Крім того, в планах компанії на наступні три роки є виходити на ринки Північної та Південної Америки.

Продукція Ajax Systems розповсюджується у 93 країни світу, включаючи Німеччину, Францію, Іспанію, Італію, Білорусь, Грецію, Норвегію, Австралію, Казахстан, Словаччину, Чехію, Австрію, Фінляндію, Данію, Польщу та інші. Основними клієнтами підприємства є постійні оптові клієнти, більшість з яких знаходяться в Європі і є основним джерелом прибутку компанії. У майбутньому планується розширення ринків Північної та Південної Америки.

Кількість країн, які користуються послугами компанії Ajax Systems можна побачити на рис 2.1.

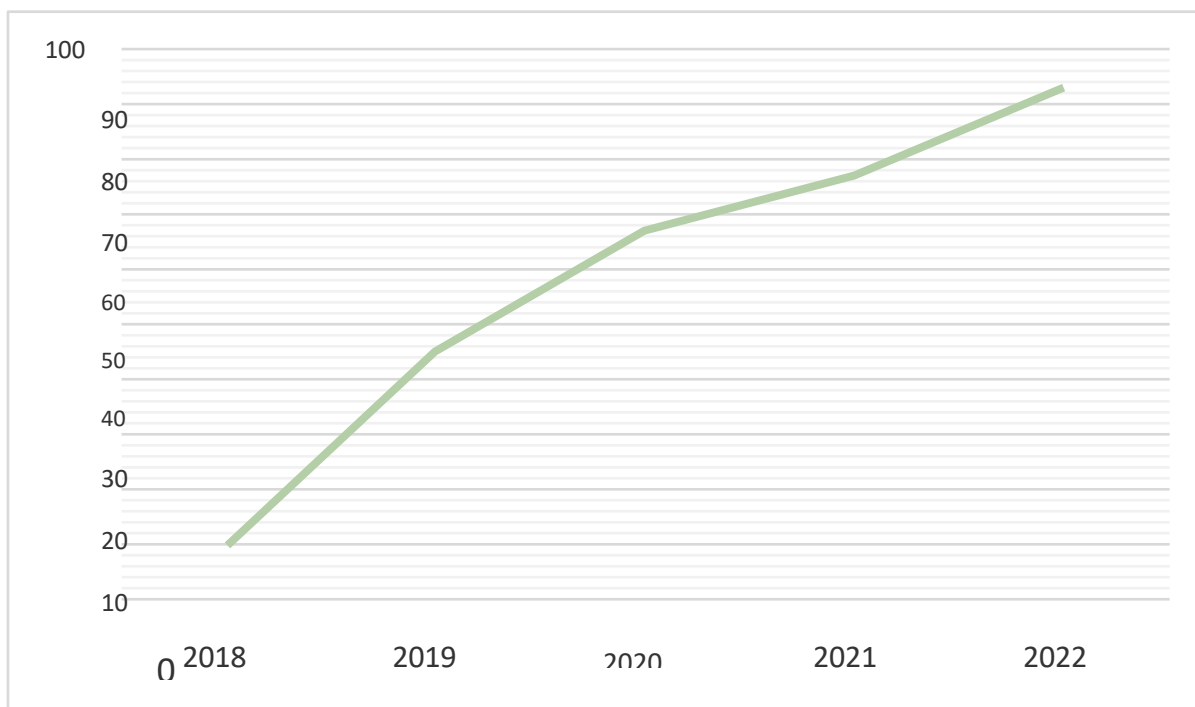


Рисунок 2.1.- Динаміка поширення послуг компанії Ajax Systems

Проаналізуємо основні показники виробничо-фінансової діяльності підприємства, результати узагальнемо у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Основні показники виробничо-фінансової діяльності підприємств

Показники	Значення (млн. грн)				
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Чистий дохід від реалізації продукції, млн. грн.	5,49	9,47	15,10	28,62	50,31
Собівартість реалізованої продукції, млн. грн.	2,35	4,13	7,63	21,59	37,24
Валовий прибуток, млн. грн.	3,14	5,34	7,47	9,54	13,70
Адміністративні витрати, млн. грн.	0,61	1,38	3,23	6,81	10,58
Витрати на збут, млн. грн.	0,20	1,31	4,68	5,12	7,98
Інші операційні витрати, млн. грн.	6,10	12,91	30,45	63,20	120,14

Результати проведеного аналізу свідчать про те, що у порівнянні з попереднім періодом, в 2022 році відбулося збільшення доходів від реалізації продукції на 75%, що було зумовлено збільшенням попиту на продукцію та розширенням сфери послуг на підприємстві. За цей же період прибуток компанії збільшився у 10 разів, що було результатом великого попиту на продукцію та збільшення кількості країн, де вона була реалізована.

Стрімке зростання собівартості продукції за той же період було спричинено збільшенням обсягів виробництва у декілька разів, зростанням цін на сировину та зміною курсів валют.

Проаналізуємо фінансові результати від операційної діяльності (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Аналіз фінансових результатів операційної діяльності

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Прибуток, млн. грн.	0,28	4,51	6,84	8,47	10,54
Фінансовий результат до оподаткування					
Прибуток, млн. грн.	2,3	4,57	8,74	15,68	23,15
Витрати з податку на прибуток, млн. грн.	0,41	0,82	1,57	2,82	4,17
Чистий фінансовий результат					
Прибуток, млн. грн.	1,89	3,75	7,17	12,86	18,98

Результати проведеного аналізу свідчать про те, що протягом останніх 5 років, всі економічні показники підприємства продемонстрували стійку тенденцію до зростання. Показники витрат збільшуються щорічно, а загальні витрати підприємства зросли приблизно вдвічі. Це пов'язано зі значним зростанням обсягів виробництва, зростанням цін на матеріали, роботи, послуги та збільшенням заробітної плати відповідно до чинного законодавства.

Операційні доходи підприємства складаються з різних компонентів, включаючи доходи від реалізації продукції, доходи від надання послуг доставки та інші.

Детальніше основні операційні витрати підприємства узагальнено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Узагальнення основних операційних витрат

Показники	Значення (млн. грн)				
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Матеріальні витрати, млн. грн.	0,79	3,22	4,71	12,98	31,18
Витрати на оплату праці, млн. грн.	5,04	13,68	28,68	58,36	120,80
Відрахування на соціальні заходи, млн. грн.	1,89	5,13	10,75	20,38	43,42
Амортизація, млн. грн.	2,12	4,21	9,93	19,10	30,9
Інші операційні витрати, млн. грн.	6,10	12,91	30,45	63,20	120,14
Разом, млн. грн.	15,5	37,15	83,52	152,92	332,44

За останні п'ять років компанія відзначається збільшенням своїх операційних витрат. Значне зростання витрат на оплату праці та матеріальні ресурси свідчить про збільшення обсягів діяльності. Також помітними є зростання витрат на соціальні заходи та інші операційні витрати, що може бути пов'язано з розширенням бізнесу та зростанням потреб у ресурсах та підтримувальних послугах.

Була створена діаграма відсоткового співвідношення операційних витрат на підприємстві на основі таблиці (рис.2.1).

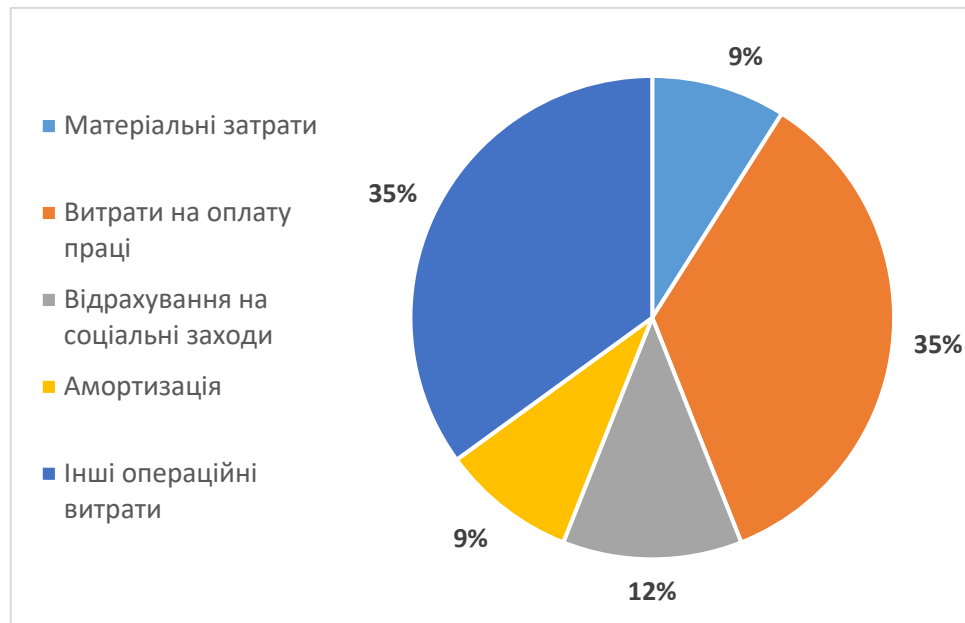


Рисунок 2.1. - Структура витрат компанії

Результати проведеного дослідження свідчать про те, що головною складовою операційних витрат компанії є заробітна плата. Вони складають 35 %. Це пов'язано зі зростанням кількості персоналу. Також вагомою складовою є витрати на матеріальні ресурси, які також становлять 35 відсотків загальних операційних витрат компанії. Це пов'язано з необхідністю закупівлі сировини, обладнання та інших матеріалів для виробництва або надання послуг.

Дев'ять відсотків витрат компанії відводяться на соціальні заходи, що включає оплату медичного страхування, пенсійних та інших соціальних виплат для співробітників.

Амортизаційні витрати становлять дев'ять відсотків. Це включає витрати на зношування та старіння активів компанії, таких як обладнання, будівлі чи транспортні засоби.

Останні дев'ять відсотків відводяться на інші операційні витрати, які можуть включати витрати на маркетинг та рекламу, оренду приміщень,

комунальні послуги, транспортні витрати та інші необхідні витрати для підтримки діяльності компанії.

Крім того, значна частка витрат припадає на інші операційні витрати, такі як витрати на дослідження та розроблення, собівартість продажу іноземної валюти, собівартість реалізованих запасів, а також на витрати пов'язані з нестачею та втратою цінностей.

Для оцінки стабільності підприємства доцільно вивчити його внутрішнє та зовнішнє середовище, в яких воно функціонує. Методом, що використовується для аналізу компанії, є PEST-аналіз (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

PEST-аналіз компанії Ajax Systems

Економічні фактори	Технологічні фактори
1. Зміцнення національної валюти; 2. Очікуваний темп зростання ВВП; 3. Сутність глобалізації та відкритості економіки. 4. Вплив на платоспроможність. 5. Споживчий попит. 6. Зміни витрат на безпеку.	1. Високий рівень технологічного розвитку галузі, використання передових зарубіжних технологій; 2. Порівняно низькі витрати на дослідження та розробку нових проектів; 3. Високий рівень інновацій і технологічного розвитку галузі; 4. Зростання темпів використання, впровадження та передачі технологій.
Політичні фактори	Соціально-культурні фактори
1. Рівень бюрократизації та корупції; 2. Антимонopolне і трудове законодавство; 3. Податкове навантаження; 4. Військовий стан в країні.	1. Відповідальне ставлення персоналу до роботи, за умови відповідного рівня оплати праці; 2. Вимоги до якості продукції помірно високі, споживча культура розвинена на досить високому рівні; 3. Темпи росту населення від'ємні, що спричинені міграційними процесами та від'ємним природним приростом.

Отже, можна констатувати, що макросередовище має значний вплив на ринок та бізнес, а зовнішні фактори можуть як допомогти, так і перешкодити діяльності підприємства.

Перенесення кращого зарубіжного досвіду, позитивне ставлення споживачів до продукту, розвиток технологічного оснащення та залучення інвесторів через інноваційні проєкти — ці фактори є запорукою успішного функціонування та розвитку підприємства [33].

Попри позитивні тенденції на ринку, Ajax також зазнає негативного впливу зовнішніх факторів, зокрема політичних. Збройні конфлікти, бюрократія та корупція ускладнюють виробництво та реалізацію продукції через проблеми з доставкою та організацією діяльності, що може відлякувати споживача.

Для детального вивчення конкурентного середовища Ajax Systems слід використовувати SWOT-аналіз, який дозволяє визначити сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози, що впливають з його найближчого оточення (табл.2.5).

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз Ajax Systems

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Власні розробки продукції, новаторський підхід та можливість швидко пристосовуватись до потреб світового ринку; 2. Мала потреба у зовнішніх ресурсах – підприємство самостійно виробляє майже всі деталі для виготовлення приладів; 3. Значна економія ресурсів, фінансів та часу завдяки організації виробництва повного циклу; 4. Сучасне потужне обладнання європейського зразка; 5. Налагоджені експортні поставки в більш ніж 90 країн світу.	1. Відсутність великого досвіду, адже стрімкий розвиток компанії відстежується тільки останні 5 років; 2. Відсутність синергії у ще не сформованому колективі, який постійно збільшується; 3. Вузький асортимент товарів; 4. Висока конкуренція.
Можливості	Загрози
1. Розвиток бренду та охоплення більшої кількості ринків; 2. Постійний ріст попиту на продукцію; 3. Можливість розвитку у інших ІТ-	1. Виникнення більшої кількості конкурентів; 2. Підвищення курсу долара збільшить собівартість закупівлі матеріалів;

сферах, із залученням нових проектів; 4. Посилення інтеграційних процесів України в світову торгівлю та доступність інформації пов'язаної з експортом; 5. Стимулювання та підтримка експорту продукції українських виробників з боку держави.	3. Уповільнення розвитку компанії може призвести до великих збитків. 4. Високі стандарти та вимоги до продукції.
---	---

Результати проведеного дослідження свідчать про те, що головною перевагою Ajax Systems є використання новітніх технологій у розробках та виробництві продукції. Також завдяки виробництву повного циклу, підприємство може більш економічно використовувати свої фінансові ресурси та час.

Відсутність значного досвіду є головною слабкою стороною компанії. Проте, підприємство демонструє швидке зростання і постійно набирає нових працівників, яких необхідно навчати. На даний момент на підприємстві є невідпрацьовані технології виконання певних механізмів через постійне відкриття нових підрозділів.

Однією з перспективних можливостей Ajax Systems є розвиток у IT-сфері. Вже зараз на підприємстві розробляють технології "розумного будинку", відпрацьовують сценарії для роботи охоронних систем та програмне забезпечення до них. Це дозволяє підприємству бути більш стійким на ринку новітніх технологій.

Підприємство Ajax Systems зосереджене на збільшенні виробництва та підвищенні доходів, що ставить його у залежність від конкурентного середовища. Компанія повинна постійно вдосконалювати свою продукцію та випереджати конкурентів, щоб забезпечити стійке місце на ринку.

Аналіз підприємства свідчить про швидке зростання доходів, але й про великі витрати на розширення виробництва.

Організація має кілька сильних сторін, таких як розробка нових технологій і стрімкий ріст, хоча останній триває тільки протягом останніх 5 років, що ускладнює прогнозування сталого розвитку.

Варто зазначити, що наявність численних зарубіжних дистриб'юторів і постійний ріст підприємства потребує відповідної транспортно-логістичної системи для його підтримки.

Компанія заробляє гроші не тільки на продажу своєї продукції. Останніми роками компанія створила окремий підрозділ логістики, який надає послуги з транспортування продукції автомобільним транспортом. Оскільки Європейські країни є основними клієнтами Ajax Systems, а доставки відбуваються регулярно, то обслуговування доставки продукції є вигідним для обох сторін. Послуга доставки продукції складає 65% від загального обсягу замовлень.

Наступна таблиця допоможе зрозуміти середню кількість вантажу, що перевозиться до основних європейських країн за рік.

Таблиця 2.6

Кількість експорту продукції компанії Ajax у 2022 р.

Країна реалізації продукції	Основні клієнти	Кількість експорту 2022 р. (т)
Німеччина	Graef Gruppe	284,5
Франція	ConceptSecurie	205,47
Австрія	Kohlmayer	178,09
Словаччина	Alza	139,6
Італія	Tienda24	35,62
Нідерланди	AlarmSysteem	86,97
Польща	Allegro	142,3
Чехія	SafeHome	35,62
Данія	Solar Danmark	53,34
Всього	-	1161,51

Тарифи за транспортування продукції залежать від кількості замовленої продукції та відстані перевезення. Найбільш популярним транспортним засобом є фури, які можуть перевозити від 3 до 8 тонн товару.

Вартість перевезення включає оренду транспортного засобу, паливо, страхування, заробітну плату водія, оплату роботи диспетчера та оформлення необхідної документації. Зазвичай компанії, що займаються транспортуванням продукції, отримують 10-15% від загальної вартості перевезення.

Отже, підприємство Ajax Systems демонструє швидке зростання доходів, але стикається з великими витратами на розширення виробництва. Вони успішно розвиваються завдяки розробці нових технологій і ефективній маркетинговій стратегії. Наявність глобальної дистриб'юції та власного логістичного підрозділу дозволяє компанії забезпечити надійну та швидку доставку продукції, що сприяє їхньому успіху на ринку.

2.2. Дослідження ринку охоронних систем України

На ринку охоронної системи в Україні спостерігається певна конкуренція між різними компаніями, які пропонують послуги з проектування, монтажу та обслуговування систем безпеки для приватних та комерційних об'єктів. На ринок охоронної системи в Україні впливають деякі фактори. Одними з них є нестабільність в країні, військовий стан, економічна ситуація в країні, яка може знизити попит на послуги з охорони. Проте зростання рівня злочинності в окремих регіонах може створювати попит на послуги з охорони.

Також слід відзначити, що ринок охоронних систем в Україні є досить роздрібним і не має чіткого регулювання, що може призвести до недостатньої якості послуг та неефективного використання ресурсів.

Однак, у світлі розвитку технологій, на ринку охоронних систем в Україні з'являються нові можливості. Так, використання сучасних систем відеоспостереження та систем звукоспостереження дозволяє значно покращити ефективність охорони. Також важливим фактором є розвиток "розумного дому" та "розумного офісу", що створює попит на інтегровані системи безпеки [34-36].

Загалом, ринок охоронних систем в Україні має свої перспективи, але вимагає більшого регулювання та вдосконалення якості послуг.

На ринку охоронних систем в Україні багато компаній пропонують різноманітні послуги з монтажу та обслуговування систем безпеки, включаючи відомого виробника Ajax Systems.

Ajax Systems є одним з провідних виробників та постачальників охоронних систем в Україні, який пропонує різноманітні послуги та рішення для захисту житла, бізнесу та інших об'єктів від злочинності.

Одним з переваг Ajax Systems є використання сучасних технологій та інноваційних рішень для охорони об'єктів. Наприклад, їхні системи безпеки включають в себе сенсори руху, диму та вуглекислого газу, а також камери відеоспостереження з підтримкою хмарних технологій та інтернету речей (IoT).

Крім того, Ajax Systems пропонує широкий вибір продуктів та послуг, що може задовольнити потреби різних клієнтів. Вони надають можливість вибрати індивідуальний пакет послуг в залежності від потреб клієнта та особливостей об'єкта.

Загалом, на ринку охоронних систем в Україні попит на послуги Ajax Systems зростає, оскільки вони пропонують якісні та інноваційні рішення для захисту житла та бізнесу. Однак, конкуренція на ринку висока, тому Ajax Systems повинен продовжувати вдосконалювати свої продукти та послуги для задоволення потреб клієнтів та збереження своєї конкурентоспроможності [37].

На ринку охорони в Україні Ajax Systems має кількох конкурентів, які пропонують аналогічні послуги та продукти. Це такі компанії, як:

1. Satel — це польський виробник систем безпеки, який займається виробництвом та розробкою охоронних систем, включаючи системи відеоспостереження та системи контролю доступу. Вони пропонують широкий вибір продуктів та послуг для різних секторів, включаючи житлові, комерційні та промислові приміщення.

2. Sirius — це українська компанія, яка надає послуги з проектування, встановлення, обслуговування та моніторингу систем безпеки і охоронних

систем. Компанія також пропонує послуги з проектування інженерних мереж, аудіо та відеообладнання, монтажу супутникового та кабельного телебачення.

3. Hikvision — це китайський виробник систем відеоспостереження та охоронних систем, який пропонує продукти та послуги для різних секторів, включаючи житлові, комерційні та промислові приміщення. Вони використовують технології штучного інтелекту та машинного навчання для розробки своїх продуктів та послуг.

Результати проведеного дослідження свідчать про те, що всі зазначені компанії є потужними учасниками ринку. Результати їх діяльності узагальнено на рисунку 2.2.

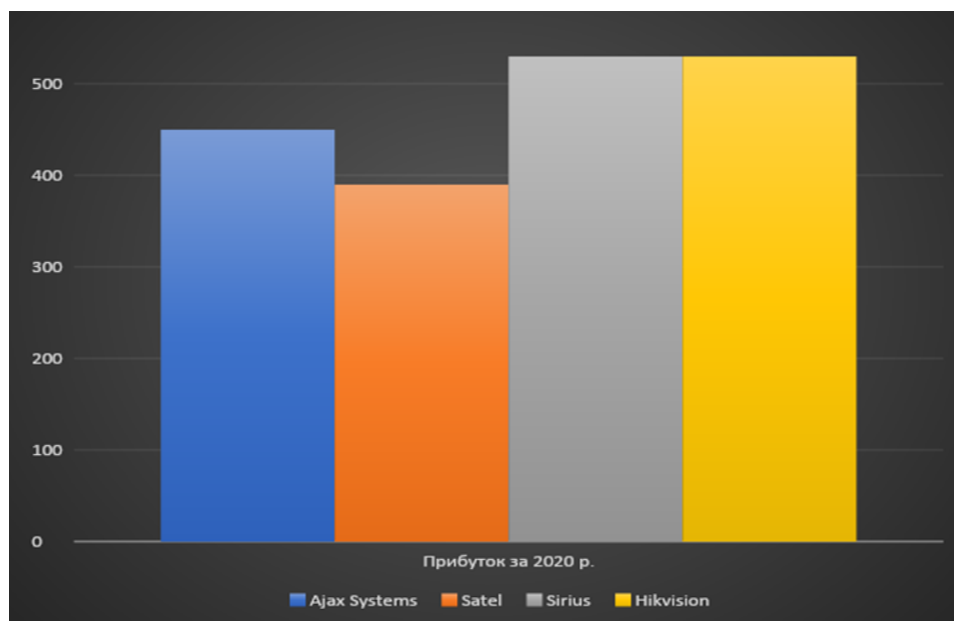


Рисунок 2.2- Прибуток охоронних компаній за 2020 р.

Основними дистриб'юторами продукції Ajax Systems є: Graef Gruppe, MeinAlarm-24 (Німеччина), Alza, GemTech (Словаччина), Darty, ConceptSecurite, Cdiscount (Франція), Kohlmayer (Австрія), Tienda24 (Італія), AlarmSysteem, SecuBeveiliging (Нідерланди), ElectroManiacs, Allegro (Польща), SafeHome (Чехія), Solar Danmark (Данія). Структурно інформацію узагальнено на рисунку 2.3.

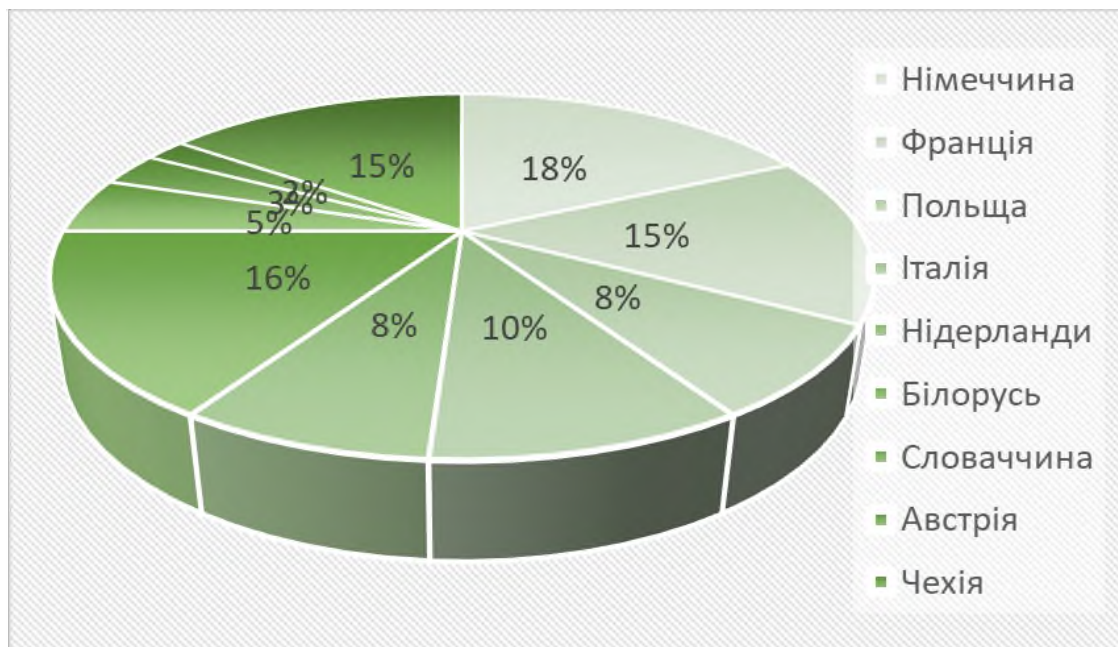


Рисунок 2.3 - Частка основних дистриб'юторів продукції Ajax Systems

На ринку охоронних компаній існує значна конкуренція, з численними компаніями, які отримали ліцензію на здійснення такої діяльності. Ємність ринку оцінюється широким спектром попиту на охоронні послуги [35].

Нижче наведена таблиця, що відображає структуру охоронного ринку України та основних гравців у кожному сегменті (табл.2.7). У таблиці представлені ключові компанії та їхні продукти або послуги, які вони надають. Цей аналіз допоможе нам отримати уявлення про різноманітність гравців на ринку та їхню спеціалізацію.

Таблиця 2.7

Структура охоронного ринку України

Сегмент ринку	Ключові гравці	Продукція/Послуги
Фізична охорона	ВЕНБЕСТ, Поліція охорони, Статус	Охоронні послуги для фізичної безпеки, включаючи охорону об'єктів, подій, виконання функцій охоронного персоналу
Електронна відеоспостереження, безпека	«Безпека», Фортер, Сіріус, SEVEN Systems	Системи контролю доступу, пожежної сигналізації, охоронних сигналізацій
Консалтинг та аудит	«Київський аудитор», ГАРБІС-ОХОРОНА, Нейрон, HES Group	Консультаційні послуги з питань безпеки, аудит безпекових систем, розробка планів безпеки

Загальна структура охоронного ринку України включає кілька сегментів, таких як фізична охорона, електронна відеоспостереження та безпека, а також консалтинг та аудит. Кожен сегмент має своїх ключових гравців, які спеціалізуються у відповідних продуктах або послугах. Ведучі компанії, такі як ВЕНБЕСТ, «Безпека» та «Київський аудитор», грають важливу роль у своїх сегментах, надаючи якісні та професійні послуги забезпечення безпеки. Ця розмаїтість гравців на ринку створює конкурентну середу, що спонукає компанії до постійного розвитку та вдосконалення своїх продуктів та послуг для задоволення потреб клієнтів.

У порівнянні з конкурентами, компанія Ajax Systems займає сильну позицію, завдяки своїм технологічним розробкам і швидкому росту. Вона пропонує широкий спектр послуг, включаючи системи безпеки, відеоспостереження та контроль доступу [41-42].

Проте, на ринку можуть виникати певні проблеми, такі як зростання конкуренції, швидкі технологічні зміни та високі витрати на дослідження та розробку.

У порівнянні вартості послуг і конкурентних переваг Ajax Systems, слід провести докладний аналіз, звертаючи увагу на цінову політику компанії, якість послуг, технологічну перевагу, репутацію та задоволення клієнтів. Це дозволить визначити конкурентну позицію компанії Ajax Systems на ринку охоронних послуг.

Розглянемо таблицю, яка містить інформацію про кількість компаній, які отримали ліцензії на виробництво та продаж бездротових систем безпеки в Україні за 2020 та 2021 роки. Таблиця дає можливість порівняти кількість ліцензій, виділити лідерів ринку та визначити основні тенденції відносно змін кількості компаній, що отримали ліцензії на виробництво та продаж бездротових систем безпеки (табл.2.8).

Місце Ajax Systems на охоронному ринку

Показники	Значення
Кількість ліцензованих компаній	50
Кількість активних компаній	40
Обсяг ринку (вартість)	\$100 млн
Попит на охоронні послуги	Високий
Типи послуг, надані компаніями	Охорона об'єктів, відеоспостереження, контроль доступу, моніторинг, консультування
Рейтинг компанії Ajax Systems	Високий
Проблеми на ринку	Зростаюча конкуренція, швидкі технологічні зміни, високі витрати на дослідження та розробку

Загалом, ринок охоронних компаній є конкурентним та динамічним, але з високим потенціалом для зростання та розвитку, особливо з урахуванням зростаючого попиту на послуги безпеки.

2.3. Визначення цільової аудиторії фірми "Ajax Systems"

Цільова аудиторія компанії Ajax Systems — це люди, які звертають увагу на якість та інновації в галузі систем безпеки та охорони. Зокрема, це можуть бути власники будинків, квартир та інших житлових приміщень, комерційні організації, магазини, офіси та інші підприємства, які потребують захисту свого майна та діяльності.

Також компанія Ajax Systems пропонує рішення для охорони великих об'єктів, тому цільова аудиторія можуть бути й організації, які володіють великими промисловими, складськими або іншими територіями.

Крім того, продукти компанії Ajax можуть бути цікаві тим, хто прагне захистити своє майно, контролювати безпеку віддалено за допомогою смартфонів та комп'ютерів, а також тим, хто віддає перевагу інноваційним технологіям [42].

Ајах цілеспрямовано спрямовує свої продукти і послуги на людей, які цінують якість та надійність в сфері безпеки свого житла або бізнесу. Їх ідеальний клієнт - це чоловік 45ти років, який цікавиться сучасними технологіями та має середній заробіток 2000\$ на місяць в Україні та 5000\$ на місяць в країнах Європи. Такі результати дослідження ми отримали виходячи з аналітики користувачів охоронних систем (рис. 2.4) 68% припадає на чоловічу стать. Це означає, що більше половини зацікавлених охоронними системами Ajax Systems є саме чоловіки. Такий висновок був отриманий внаслідок аналітики рекламних кампаній. Вікова сегментація, свідчить про те, що найбільш зацікавленою аудиторією є чоловіки віком від 25 до 34 років (рис. 2.4). Така аналітика актуальна тільки під час розгляду українського ринку збуту. Середній вік "ідеального" споживача охоронних систем у Європі є трохи вищим та досягає 45 років.

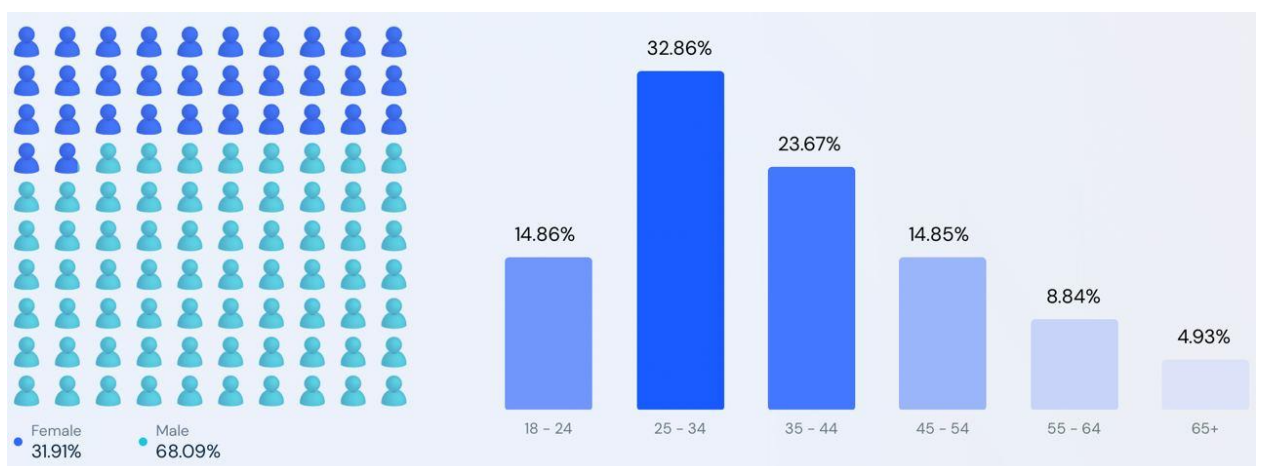


Рисунок 2.4 - Сегментація аудиторії Ajax Systems по статі та віку

Окрім сегментації по статі та віку, дуже важливим є аналітика користувачів, що зацікавлені охоронними системами Ajax Systems по різних країнах. Так як компанія, яку ми аналізуємо є повністю українським брендом та виробничі потужності знаходяться в Україні, компанія намагається більшу частину маркетингового забезпечення направляти, саме, на український регіон. За результатами аналізу Україна займає 37.83% зацікавлених споживачів серед усіх інших країн (рис. 2.5). До переліку країн також увійшли: Італія, Франція, Велика Британія та Турція.



Рисунок 2.5 - Демографічне співвідношення споживачів Ajax Systems

Також фірма звертає увагу на потреби різних сегментів ринку, наприклад, розробляючи продукти для великих об'єктів та охорони вуличної безпеки. Крім того, Аїах пропонує продукти та рішення, які можуть бути корисними для різних видів бізнесу, таких як роздрібні магазини, офісні приміщення, склади та інші [46].

Ринок, на який спрямована фірма Ajax Systems, складається з трьох груп:

- кінцеві споживачі;
- організації, які використовують продукцію компанії у своїх проектах;
- торгові організації (дилери), що займаються продажем продукції безпосередньо кінцевим споживачам.

Найбільшими покупцями продукції є великі дистриб'юторські компанії, що займаються її розповсюдженням по всьому світу (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Характеристика найбільших покупців Ajax Systems

Ринкові сегменти	Галузь	Ринок	Ціль	Статус взаємовідносин
Великі та середні дистриб'ютори	Оптова та роздрібна торгівля	Європа, Західна Азія, Австралія, Африка	Продаж	постійні договірні
Посередники			Продаж	постійні договірні
Охоронні компанії	Послуги охорони майна		Використання у своїй діяльності	співробітництво
Великі організації	Будь-яка		Використання для власних потреб	постійні договірні

На основі даного дослідження, можна сказати, що партнерство з великими дистриб'юторами завжди буде більш цікавим ніж співпраця з великими організаціями чи посередниками, тому що Ajax Systems в першу чергу зацікавлена у масштабуванні та виході на нові ринки. Так як процес адаптації в нових країн - це досить довгий та вибагливий на ресурси процес, то шлях пошуку дистриб'юторів для налагодження комфортних умов співпраці буде найбільш ефективним та прибутковим в перспективі.

Окрім цього, використовуючи інструменти аналітики рекламних компаній вдала сегментація цільової аудиторії компанії Ajax Systems свідчить про те, що пріоритетні аудиторії можна поділити за інтересами пошуку на 8 основних груп: системи безпеки; додатки для подорожей; підприємці та забезпечені люди, які використовують різні бізнес-додатки; фахівці з податків та фінансів; аудиторія технологічних каналів YouTube; користувачі спортивних додатків (рис. 2.6). Найбільший об'єм аудиторії припадає на користувачів, які цікавляться технологічними та спортивними відео на платформі YouTube [47].

Наступна категорія є користувачі, які цікавляться подорожами та використовують туристичні програми. Категорія підприємців та малого бізнесу займає наступне місце. Незважаючи на те, що вона займає не перше

місце по об'єму аудиторії, даний сегмент є найбільш платоспроможним, який може охопити, як і фізичного споживача так і комерційного споживача.

Останні дві категорії розділяють інтереси у фінансах та податках та користувачі, що зацікавлені охоронними системами.

Категорія цільової аудиторії	Інтереси вибраної категорії	Об'єм вибраної категорії (в млн.)
Системи безпеки	"тепла" аудиторія – люди вже шукають продукт компанії	0.6
Додатки для подорожей	люди, які часто залишають свої будинки та шукають способи захистити їх, перебуваючи далеко.	2.4
Підприємці та забезпечені люди, які використовують різні бізнес-додатки	люди, які володіють будинками та іншими об'єктами нерухомості та хочуть бути захищеними	1.9
Фахівці з податків та фінансів	як і в попередніх випадках, ці люди працюють із великими сумами грошей, що означає, що вони можуть дозволити собі продукт та ймовірно хочуть бути захищеними	0.3
Аудиторія технологічних каналів YouTube	їх залучають інноваційні та інженерні аспекти продуктів AJAX.	9.1
Користувачі спортивних додатків	амбасадори компанії Ajax Systems є світові спортсмени, тому любителі спорту впізнають своїх кумирів та цікавляться брендом.	4.2

Рисунок 2.6 - Характеристика цільової аудиторії Ajax Systems на основі інтересів

Результат даного дослідження свідчить про те, що кількість споживачів, зацікавлених охоронними системами завдяки рекламним компаніям Ajax Systems займає лівову частку порівняно з іншими та постійно збільшується. Дуже влучним методом збільшення категорії охоронних систем є саме залучення нових користувачів з найбільш об'ємних категорій, таких як подорожі, спорт та бізнес, що включають в себе більш платоспроможних споживачів.

Висновки до розділу 2

Внаслідок дослідження даного розділу ми визначили, що Ajax Systems має перспективи на ринку охоронних систем в Україні. Їх широкі варіанти продуктів та послуг дозволяють задовольнити різні потреби клієнтів, а індивідуальний підхід до пакетів послуг забезпечує гнучкість та адаптацію до особливостей об'єктів.

До того ж був проаналізований ринок охоронних систем в Україні та визначені такі гравці на ринку як: Венбест, Сіріус, Фортер та HES Group. Загальна структура охоронного ринку України включає кілька сегментів, таких як фізична охорона, електронна відеоспостереження та безпека, а також консалтинг та аудит. Попит на послуги Ajax Systems зростає, оскільки компанія пропонує якісні та інноваційні рішення для захисту житла та бізнесу. Однак, конкуренція на ринку значна, тому Ajax Systems повинен продовжувати покращувати свої продукти та послуги, щоб задовольняти зростаючі потреби клієнтів та залишатися конкурентоспроможним. Партнерство з великими дистриб'юторами виявляється більш перспективним, оскільки це сприяє масштабуванню та входженню на нові ринки.

В третьому параграфі була розглянута та визначена цільова аудиторія компанії Ajax Systems. Ідеальний клієнт був визначений, як 30 літній чоловік, який цікавиться технологіями з середнім заробітком в 2000\$ в Україні та 45 літній чоловік з середнім заробітком в 5000\$ у Європі. Також

В цілому, Ajax Systems має потенціал продовжувати розвиватися та займати вагомий позицію на ринку охоронних систем в Україні, за умови постійного вдосконалення своїх продуктів, ефективного партнерства та спрямованої рекламної стратегії.

РОЗДІЛ 3.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ КОМПАНІЇ " AJAX SYSTEMS " НА РИНОК ОХОРОННИХ СИСТЕМ УКРАЇНИ

3.1. Оцінка конкурентних переваг компанії Ajax Systems

Продукти Ajax Systems - це прості в установці та використанні бездротові системи з датчиками руху, відкривання вікон та дверей, димовими та газовими датчиками та іншими елементами, що забезпечують високу рівень безпеки. Системи Ajax Systems мають великий функціонал та можуть бути керовані за допомогою смартфона через мобільний додаток.

Компанія активно займається розвитком та вдосконаленням своїх продуктів, проводить постійні дослідження та розробки для підвищення рівня безпеки та зручності управління системою. Ajax Systems - це інноваційна компанія, яка змінює підхід до безпеки та ставить на перше місце потреби та комфорт користувачів.

Історія про Ajax Systems показує, що в індустрії безпеки довго ігнорували інтереси звичайних користувачів і сфокусувалися лише на потребах професійних інженерів та охоронних компаній. Більшість виробників вважали, що маркетинг не потрібен для якісних продуктів та лише займаються поганими продуктами.

Ajax Systems вирішили змінити цю парадигму і зосередитися на потребах кінцевого споживача. Вони зрозуміли, що користувачі хочуть простого та зрозумілого досвіду користування, схожого на той, що вони отримують від використання iPhone або Tesla. Ajax Systems переконали своїх клієнтів, що система безпеки може бути легкою в управлінні та зрозумілою для звичайних людей. Це підвищило інтерес до їх продуктів і допомогло компанії вирости зі стартапу в одного з глобальних лідерів ринку.

Ajax Systems має кілька конкурентних переваг, серед яких можна виділити наступні:

- Інноваційні технології: Ajax Systems відома своїми інноваційними технологіями, які дозволяють їм стояти на передовому фронті в галузі безпеки. Компанія постійно вдосконалює свої продукти та розробляє нові технології, що дозволяє їм залишатися лідером на ринку.
- Надійність та якість: Ajax Systems відома своєю високою якістю продукції та надійністю систем безпеки, що забезпечує їм високу репутацію на ринку. Компанія використовує тільки найкращі матеріали та компоненти для своїх систем, що забезпечує довговічність та стабільність їх роботи.
- Легкість в установці та використанні: Ajax Systems ставить своїх клієнтів на перше місце та працює над тим, щоб їх системи безпеки були легкими в установці та використанні. Компанія надає користувачам інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для керування системою, а також просту установку без необхідності виклику фахівця.
- Міжнародне визнання: Ajax Systems має широку міжнародну популярність та успішно працює в більш ніж 100 країнах світу. Це дозволяє компанії розвиватися та працювати в різних ринкових умовах, а також залучати клієнтів з усього світу.

Іншою перевагою є інтегрованість продуктів Ajax Systems з різними системами управління і моніторингу, такими як системи розумного будинку, системи відеоспостереження, системи контролю доступу та інші. Це дозволяє клієнтам Ajax Systems налаштовувати свої системи безпеки залежно від своїх потреб та використовувати їх у складних інфраструктурах.

Оцінка конкурентних переваг є критичним етапом в стратегічному аналізі охоронних компаній, оскільки вона дозволяє визначити сильні та слабкі сторони підприємства в контексті його ринкової позиції.

Основні показники оцінки конкурентних переваг підприємства, що в найбільш загальному вигляді відображають напрями оцінки та характеризують їх властивості наведено у таблиці 3.1.

Показники оцінки конкурентних переваг охоронної компанії**Ajax Systems**

Напрями оцінки	Складові оцінки	Показники
Зовнішні конкурентні переваги	Репутація	- Рівень задоволеності клієнтів - Репутація серед клієнтів та партнерів
	Бренд	- Розпізнавальність бренду - Довіра до бренду
	Цінова стратегія	- Конкурентоспроможність цін - Порівняння цін з конкурентами
	Інноваційність	- Нововведення і технології - Впровадження інновацій
Внутрішні конкурентні переваги	Кадри	- Кваліфікація персоналу - Рівень професійної підготовки
	Операційна ефективність	- Ефективність процесів - Мінімізація часу виконання
	Управління ланцюгом постачання	- Якість постачальників - Стабільність ланцюга постачання
	Гнучкість	- Здатність до пристосування - Готовність до змін

Крім того, компанія має розгалужену мережу партнерів та дистриб'юторів по всьому світу, що забезпечує швидкий та якісний сервіс клієнтів.

Ajax Systems активно працює над поліпшенням дизайну своїх продуктів. Вони відрізняються від інших систем безпеки на ринку своїм стильним та сучасним виглядом, що дозволяє їм легко інтегруватися в будь-який інтер'єр і створювати комфортне та безпечне середовище для клієнтів.

Для стандартизації показників конкурентних переваг охоронної компанії було використано метод відстаней. Під час визначення узагальнюючого показника для порівняння зовнішніх та внутрішніх конкурентних переваг за характером фактора, застосовувалися метод відстаней, метод комплексної рейтингової оцінки. Для отримання єдиного інтегрального показника зовнішніх/внутрішніх конкурентних переваг

використовувався метод адитивного згортання з урахуванням коефіцієнтів вагомості конкурентних переваг за характером чинника [19-22].

Результати розрахунків показників зовнішніх конкурентних переваг наведено у Таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Зовнішні конкурентні переваги

Показник	2019	2020	2021
Коефіцієнт використання конкурентних переваг на мікрорівні	0,8	0,85	0,9
Коефіцієнт використання конкурентних переваг на мезорівні	0,7	0,75	0,8
Коефіцієнт використання конкурентних переваг на макрорівні	0,9	0,8	0,85

Джерело: розраховано автором за матеріалами Ajax Systems [19-22].

Протягом трьох років, з 2019 до 2021 року, компанія Ajax Systems успішно покращувала використання своїх конкурентних переваг на всіх рівнях - мікрорівні, мезорівні та макрорівні. Коефіцієнти використання зросли з 2019 року (0.80, 0.70, 0.75) до 2021 року (0.90, 0.80, 0.85), відповідно. Це свідчить про успішну стратегію компанії в ефективному використанні її конкурентних переваг та покращення їх впливу на різних рівнях бізнесу та ринку.

Лише шляхом інтегрального урахування всіх факторів, що визначають конкурентну перевагу, можливе точне діагностування ситуації та розробка стратегічних кроків розвитку охоронної компанії за загальними характеристиками: розмір ринку, характеристика кон'юнктури ринку, напрями розвитку ринку, кількість конкурентів, рівень диференціації продукту, бар'єри для входу на ринок, стратегії конкурентів [19-22].

Визначення інтегральних показників зовнішніх/внутрішніх конкурентних переваг проведено за допомогою методу адитивного згортання з урахуванням коефіцієнтів вагомості конкурентних переваг за характером фактора.

Таблиця 3.3

Розрахунок інтегрального показника внутрішніх конкурентних переваг фінансово–економічного характеру, організаційно–управлінського характеру та за ресурсною складовою

Рік Показник	2019	2020	2021
Інтегральний показник конкурентних переваг організаційно–управлінського характеру	0,85	0,9	0,95
Інтегральна оцінка конкурентних переваг фінансово–економічного характеру	0,75	0,8	0,85
Інтегральний показник конкурентних переваг за ресурсною складовою	0,8	0,85	0,9

Джерело: розраховано автором за матеріалами Ajax Systems [19-22].

Результати проведеного аналізу свідчать про те, що інтегральні показники внутрішніх конкурентних переваг охоронної компанії Ajax Systems зростали з року в рік. За організаційно-управлінським характером, показник зрос до 0.95 в 2021 році, показник фінансово-економічного характеру досяг 0.85, а показник ресурсної складової досяг 0.90.

Це свідчить про покращення конкурентних переваг компанії на різних фронтах. Зростання організаційно-управлінських показників вказує на ефективне керівництво та стратегічне планування. Збільшення фінансово-економічних показників свідчить про покращення фінансової стабільності та рентабельності компанії. Також відзначається зростання ресурсної складової, що свідчить про підвищення доступу до ресурсів та ефективне їх використання.

Зважені інтегральні показники зовнішніх та внутрішніх конкурентних переваг наведено в табл. 3.3.

Результати проведеного аналізу свідчать про те, що зважена інтегральна оцінка конкурентних переваг охоронної компанії Ajax Systems зростала з року в рік. За зовнішніми факторами, оцінка збільшилася з 0.65 в 2019 році до 0.75 в 2021 році. Так само, за внутрішніми факторами, оцінка

зросла з 0.75 до 0.85. Це свідчить про зростання конкурентних переваг компанії на різних рівнях.

Таблиця 3.3

Інтегральна оцінка конкурентних переваг

Показник	2019	2020	2021
Зважений інтегральний показник зовнішніх конкурентних переваг	0,65	0,7	0,75
Зважений інтегральний показник внутрішніх конкурентних переваг	0,75	0,8	0,85

Джерело: розраховано автором.

Зовнішні фактори, які включають економічне та ринкове середовище, показують певну покращення конкурентних переваг компанії протягом цього періоду. Внутрішні фактори, що охоплюють організаційні та ресурсні аспекти, також свідчать про позитивну динаміку, що сприяє зміцненню конкурентних переваг Ajax Systems.

Аналіз конкурентних переваг є важливим кроком у стратегічному управлінні охоронною компанією. Розглянуті таблиці показників зовнішніх та внутрішніх конкурентних переваг демонструють позитивну тенденцію розвитку компанії Ajax Systems і її здатність використовувати конкурентні переваги для стабільного росту на ринку охоронних систем.

3.2. Удосконалення стратегії виведення товару на ринок охоронних систем України

У сучасному динамічному бізнес-середовищі, де конкуренція постійно зростає, успішне виведення нового товару на ринок є ключовим завданням для підприємств. Перед запуском нового продукту необхідно провести ретельне дослідження, щоб визначити його актуальність та відповідність потребам споживачів.

Однією з найважливіших складових стратегії виведення нового товару на ринок є дослідження його актуальності. Це процес, який дозволяє оцінити,

наскільки продукт відповідає потребам та очікуванням цільової аудиторії. Правильне дослідження актуальності допомагає зрозуміти, чи існує попит на новий товар, які проблеми він вирішує та яким чином він відрізняється від інших ринкових пропозицій.

Затоплення квартир є актуальною та серйозною проблемою, з якою стикаються власники нерухомості. Часті повені, розриви водопроводу та інші причини призводять до значних збитків та незручностей. У зв'язку з цим, створення систем антипотопу стає важливим завданням, щоб захистити майно та забезпечити безпеку мешканців.

Завдяки своєму досвіду та інноваційним рішенням, компанія Ajax Systems внесла вагомий внесок у розв'язання проблеми затоплень. Широкий асортимент продуктів компанії, зокрема системи антипотопу, може ефективно запобігати затопленням та зберігати майно в безпеці.

Огляд кількості затоплених квартир за останні роки та їх причин (табл.3.4) свідчать про актуальність проблеми та великий обсяг збитків, які вона призводить. Аналізуючи ці дані, розуміємо необхідність ефективних заходів для запобігання затопленням та захисту майна [25-27].

Таблиця 3.4

Кількість затоплених квартир за останні 5 років

Рік	Кількість затоплених квартир	Причина підтопу
2017	500	Розрив водопроводу
2018	750	Необережне користування сантехнікою
2019	600	Повені в результаті сильних дощів
2020	900	Порушення системи каналізації
2021	400	Протікання даху

Враховуючи актуальність цієї проблеми та потребу в надійних рішеннях, виведення системи антипотопу від компанії Ajax Systems на ринок стає обґрунтованим та важливим кроком.

Створення системи антипотопу може ефективно запобігати та мінімізувати такі ризики. Вона дозволяє вчасно виявляти загрозу потопу, автоматично включати заходи для виведення приміщення з-під води та відсмоктати воду, забезпечуючи швидку реакцію та зменшення збитків. Така система може бути вкрай корисною для приватних будинків, офісних приміщень, складських просторів та інших об'єктів.

В контексті розробки стратегії виведення нового товару, одним із важливих кроків є дослідження актуальності цього товару серед потенційних клієнтів. Зокрема, для компанії Ajax Systems, частиною стратегії виведення їх нової системи антипотопу є проведення опитування серед користувачів.

Опитування актуальності системи антипотопу серед користувачів Ajax Systems є необхідним етапом для збору важливої інформації про їх поточні потреби та очікування. Це дозволить компанії зрозуміти, наскільки проблема потопів є актуальною для їх клієнтів і які основні фактори та вимоги пов'язані з цією проблемою (Додаток Б).

Використання штучного інтелекту значно спростило етап проведення опитування, оскільки він здатний швидко та автоматично скласти питання за декілька хвилин. Раніше цей процес займав значну кількість часу та зусиль, пов'язаних зі складанням, оформленням та верифікацією питань. Штучний інтелект використав 53 секунди на те, щоб створити опитування, яке включає в собі 20 питань, які допоможуть зрозуміти актуальність нашої продукції.

Після проведеного опитування та аналізу актуальності системи антипотопу, отримані результати, які зображені у параграфі 3.3 в таблиці підтвердили високу зацікавленість та потребу ринку у такому рішенні. На основі цього, було утверджено вивід системи антипотопу на ринок охоронних систем України.

Для перевірки функціональності та ефективності системи, проведено тестування з фокус-групою, в якому брали участь реальні користувачі та експерти. Це дозволило зібрати додаткові відгуки та рекомендації щодо поліпшення продукту перед його введенням на ринок.

Далі доцільно розпочинати маркетингову компанію, яка є необхідною частиною стратегії виведення нового товару на ринок охоронних систем України. Ця компанія включає в себе просування системи антипотопу серед цільової аудиторії, створення свідомості про її переваги та популяризацію серед потенційних клієнтів.

Маркетингова компанія включає такі елементи, як рекламні кампанії, презентації на спеціалізованих виставках, залучення відгуків користувачів та відповідній пресі, а також активне онлайн-присутність та використання соціальних медіа для залучення уваги до системи антипотопу.

Завдяки цілеспрямованій маркетинговій компанії, компанія Ajax Systems досягла широкого визнання та прийняття своєї системи антипотопу на ринку охоронних систем України, створивши відмінний старт для успішного виведення нового товару на ринок.

Наразі рекламна кампанія та візуал компанії Ajax Systems пропонують привабливий та професійний дизайн, ефективно використовуються рекламні матеріали, включаючи банери, флаєри та рекламні відеоролики. Компанія активно присутня в онлайн-середовищі, зокрема в соціальних медіа, і має власний корпоративний веб-сайт, де надаються повна інформація про продукти та послуги (Додаток В).

Однак, залучення штучного інтелекту (ШІ) може значно прискорити та поліпшити роботу рекламної кампанії Ajax Systems. ШІ може аналізувати дані про цільову аудиторію, її поведінку та інтереси, що дозволить точніше налаштувати таргетовану рекламу та залучати більше потенційних клієнтів. Реалізація того, як штучний інтелект зобразив опис цільової аудиторії зображений у додатку Г. Було витрачено приблизно 73 секунди та визначені ознаки класифікації такі як: фізичні споживачі, комерційні підприємства, промисловий сектор, урядовий сектор та дистриб'ютори-інсталятори.

Завдяки своїй здатності до швидкої обробки та аналізу великих обсягів даних, штучний інтелект може генерувати рекламні матеріали, включаючи банери, логотипи, слогани та інші елементи, швидше і ефективніше, ніж

людські ресурс. Він може застосовувати алгоритми та моделі, що враховують попередні успішні рекламні кампанії, аналізувати популярні тенденції та реагувати на вимоги цільової аудиторії (ДОДАТОК Г).

Крім того, штучний інтелект може використовувати технології глибокого навчання та комп'ютерного зору для створення унікальних та привабливих візуальних ефектів, що допомагають привернути увагу цільової аудиторії [28].

Таким чином, застосування штучного інтелекту в рекламній кампанії Ajax Systems відкриває нові можливості для покращення ефективності та результативності. Використання ШІ допоможе компанії виконувати рекламні завдання швидше та більш точно, забезпечуючи успішне виведення нового товару на ринок охоронних систем України.

Також, ШІ дозволить компанії Ajax Systems мати постійно доступний чат-бот, який може автоматично відповідати на запитання та надавати підтримку клієнтам цілодобово. Це особливо важливо в ситуаціях, коли людська служба підтримки не може працювати цілодобово, наприклад, під час нічних годин або у вихідні дні. ШІ забезпечує негайну відповідь на запитання клієнтів, надаючи їм необхідну інформацію і допомагаючи вирішувати їх проблеми. Це покращує задоволеність клієнтів та сприяє позитивному враженню від продукту Ajax Systems, дозволяючи забезпечити якісну підтримку навіть у випадках, коли людські ресурси обмежені.

Залучення штучного інтелекту (ШІ) до стратегії виведення системи антипотопу на ринок є ключовим етапом. ШІ дозволяє набагато швидше та ефективніше провести дослідження актуальності цього рішення, аналізувати ризики та прогнозувати потенційні проблеми з підтопленням. Крім того, ШІ може автоматизувати процес розробки рекламних матеріалів, створювати візуальну ідентифікацію бренду та генерувати маркетингові пропозиції. Завдяки залученню ШІ до стратегії виведення системи антипотопу, компанія Ajax Systems могла швидше та ефективніше впровадити своє інноваційне

рішення на ринку, забезпечивши надійний захист від підтоплення для клієнтів.

3.3. Оцінка ефективності виведення товару на ринок

Оцінку ефективності виведення товару на ринок буде проведено шляхом дослідження задоволеності клієнтів, використовуючи опитування серед них. Це дозволить нам отримати важливу інформацію про їхнє задоволення від використання товару і оцінити ефективність нашої стратегії виведення товару на ринок.

Опитування серед клієнтів дозволить нам зібрати об'єктивні відгуки та оцінки щодо різних аспектів товару, включаючи якість, функціональність, користувацький досвід, ціну, обслуговування тощо (ДОДАТОК Д).

Відповідно до результатів цього опитувальника, було проведено експертну оцінку, шляхом опитування 10 незалежних експертів. Ця експертна оцінка допомогла нам отримати глибокі інсайти та професійну думку щодо системи антипотопу Ajax Systems. Було проаналізовано відповіді експертів та виведені враження від системи, її переваги та недоліки, а також їхню рекомендацію щодо подальшого поліпшення.

Отримані глибокі інсайти та професійна думка щодо системи антипотопу Ajax Systems 10 експертів, результати узагальнено в (табл.3.5).

Таблиця 3.5

Враження експертів від системи антипотопу

Експерт	Враження від системи	Переваги	Недоліки	Рекомендації
Експерт 1	Дуже задоволений	Висока надійність, простота використання	Відсутність підтримки для певних пристроїв	Покращити сумісність з різними пристроями
Експерт 2	Позитивні враження	Швидка реакція на тривоги, зручне керування	Обмежені можливості налаштувань	Додати більше налаштувань для користувачів
Експерт 3	Задоволений	Висока якість виконання, ефективність	Висока вартість	Знизити ціну без втрати якості
Експерт 4	Розчарований	Слабка надійність,	Малофункціонал	Покращити

		незручне управління	вність	надійність та функціонал
Експерт 5	Задоволений	Багатофункціональність, добра інтеграція	Складне налаштування	Упростити процес налаштування
Експерт 6	Позитивні враження	Зручний мобільний додаток, швидке сповіщення	Відсутність підтримки певних стандартів безпеки	Розширити підтримку стандартів безпеки
Експерт 7	Розчарований	Погана якість звуку, нестабільне з'єднання	Висока ціна підтримки та обслуговування	Знизити вартість підтримки
Експерт 8	Дуже задоволений	Велика кількість функцій, легкість у використанні	Відсутність підтримки відеонагляду	Додати можливість підключення відеокамер
Експерт 9	Задоволений	Широкі можливості інтеграції, зручний інтерфейс	Обмежені можливості настройки під потреби користувача	Додати більше налаштувань для індивідуальних вимог
Експерт 10	Розчарований	Низька вартість, простота встановлення	Нестабільна робота деяких функцій, незручне управління	Вдосконалити роботу функцій та інтерфейсу, підвищити стабільність

Оцінки характеристик системи антипотопу, які були надані експертами, та розраховані ранги та оцінка привабливості цих характеристик представлені в таблиці 3.6. Оцінки від 1 до 10, де 1 - найнижча оцінка, а 10 - найвища оцінка.

Таблиця 3.6

Експертна оцінка характеристик ситеми антипотопу

Характеристика	Експерти									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Надійність	8	7	9	6	9	7	8	9	7	5
Функціональність	9	8	8	7	7	9	8	7	8	6
Легкість використання	9	7	8	7	8	8	9	7	8	6
Інтеграція з іншими системами	8	7	9	8	8	7	9	7	9	5
Ціна	7	6	7	6	8	7	6	7	7	8
Технічна підтримка	8	9	7	9	6	8	9	7	8	6

Далі було проведено розрахунок рангів та оцінку привабливості для кожної характеристики.

Розрахунок рангів:

- Надійність: 7
- Функціональність: 5
- Легкість використання: 6
- Інтеграція з іншими системами: 7
- Ціна: 9
- Технічна підтримка: 6

Розрахунок оцінки привабливості:

Для розрахунку оцінки привабливості будемо використовувати середнє арифметичне значення рангів кожної характеристики.

Надійність: $(7+8+9+6+9+7+8+9+7+5) / 10 = 7.5$

Функціональність: $(9+8+8+7+7+9+8+7+8+6) / 10 = 7.7$

Легкість використання: $(9+7+8+7+8+8+9+7+8+6) / 10 = 7.7$

Інтеграція з іншими системами: $(8+7+9+8+8+7+9+7+9+5) / 10 = 7.7$

Ціна: $(7+6+7+6+8+7+6+7+7+8) / 10 = 6.9$

Технічна підтримка: $(8+9+7+9+6+8+9+7+8+6) / 10 = 7.7$

Отже, за результатами розрахунків отримали наступні ранги та оцінку привабливості для характеристик системи антипотопу (табл.3.7):

Таблиця 3.7

Оцінка привабливості системи антипотопу

Характеристика	Ранг	Оцінка привабливості
Надійність	7	7,5
Функціональність	5	7,7
Легкість використання	6	7,7
Інтеграція з іншими системами	7	7,7
Ціна	9	6,9
Технічна підтримка	6	7,7

Загальне зважене середнє: $(7.5 * 7.5 + 7.7 * 7.7 + 7.7 * 7.7 + 7.7 * 7.7 + 6.9 * 6.9 + 7.7 * 7.7) / (7.5 + 7.7 + 7.7 + 7.7 + 6.9 + 7.7) \approx 7.58$

Отримане значення зваженого середнього рангу складає близько 7.58. Чим ближче це значення до максимального рангу 10, тим більш ефективним може вважатися виведення системи антипотопу на ринок.

На основі цього розрахунку можна зробити висновок, що виведення системи антипотопу на ринок може бути вважатися досить ефективним, оскільки отримане зважене середнє значення рангів є високим. Високі оцінки привабливості вказують на те, що характеристики системи антипотопу відповідають очікуванням та задоволення потреб клієнтів, що сприяє успішному виведенню товару на ринок.

Висновки до розділу 3

У ході написання даного розділу дипломного проекту була проведена оцінка конкурентних переваг компанії Ajax Systems, що включає в себе: інноваційність технологій, надійність та якість, легкість в установці та використанні і міжнародне визнання. У другому параграфі ми описали процес створення та виведення наявного продукту системи антипотоп компанії Ajax System та запропонували інтеграцію базових методів маркетингового забезпечення з методом штучного інтелекту, що по результатам дослідження показує збільшення ефективності на кожному етапі створення та виведення нового продукту на ринок. Методи штучного інтелекту ми використали на етапі дослідження актуальності нового товару. Саме ШІ допомагає набагато швидше проаналізувати поточні проблеми та визначити чи буде новий товар актуальний у теперішній час, замість створення опитувань та проведення їх, використовуючи багато людського ресурсу та часу. Поки бази ШІ не володіють інформацією за останні роки, його можна використати для автоматичного створення питань за декілька хвилин. Раніше цей процес займав значну кількість часу та зусиль, пов'язаних зі складанням, оформленням та верифікацією питань. Крім цього ШІ може аналізувати дані про цільову аудиторію, її поведінку та інтереси, що дозволить точніше налаштувати таргетовану рекламу та залучати більше

потенційних клієнтів. Замість аналітики об'єму ринку та витрат на додаткові інструменти, ШІ на основі минулого досвіду та створених підприємств, створює цільову аудиторію, яку можна швидко адаптувати під особливості нашого бізнесу. До того ж була запроваджена система віртуальної онлайн підтримки, що дуже актуально під час виведення на ринок нового товару, тому що споживач потребує технічної підтримки і вдень і вночі. Так як технічні спеціалісти можуть бути не на зв'язку вночі, система штучного інтелекту може проконсультувати споживача на базові теми.

ВИСНОВКИ

На підставі проведених досліджень можна зробити наступні висновки:

У першому розділі були досліджені ключові аспекти маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок. Маркетинг нового товару включає в себе стратегію продажу, залучення цільової аудиторії та підвищення свідомості про товар. Етапи розробки нового товару, включають підготовчу роботу, розробку, тестування та вивчення ринку, вимагають уваги та дотримання вимог. Важливими технологіями, які сприяють процесу, є дизайн Thinking, lean-принципи, Agile-методологія, прототипування, Internet of Things та штучний інтелект. Маркетингові дослідження, такі як аналіз ринку та визначення потреб споживачів, є необхідним етапом для розробки стратегії просування товару. Успішне впровадження нового товару та досягнення максимального прибутку від продажу залежить від комплексного підходу до маркетингового забезпечення.

У другому розділі було визначено, що Ajax Systems має перспективи на ринку охоронних систем в Україні завдяки своєму широкому вибору продуктів та послуг, індивідуальному підходу до клієнтів і якісним рішенням для захисту. До того ж був проаналізований ринок охоронних систем в Україні та визначені такі гравці на ринку як: Венбест, Сіріус, Фортер та HES Group. Загальна структура охоронного ринку України включає кілька сегментів, таких як фізична охорона, електронна відеоспостереження та безпека, а також консалтинг та аудит. Під час дослідження цільової аудиторії компанії, було визначено, що переважає чоловіча стать та займає 68% серед усіх споживачів та ідеальний клієнт був визначений, як 30 літній чоловік, який цікавиться технологіями з середнім заробітком в 2000\$ в Україні та 45 літній чоловік з середнім заробітком в 5000\$ у Європі.

У третьому розділі було виявлено, що компанія Ajax Systems має конкурентні переваги у вигляді інноваційних технологій, надійності та якості

продукції. Виведення нового продукту на ринок було покращено завдяки інтеграції методів маркетингу з штучним інтелектом, що дозволило аналізувати потреби та виявляти потенціал нового товару. Застосування штучного інтелекту також допомагає у швидкому створенні опитувань та налаштуванні цільової реклами. Крім того, використання віртуальної онлайн підтримки з штучним інтелектом забезпечує технічну допомогу споживачам у будь-який час. Використання штучного інтелекту в діяльності Ajax Systems сприяє більш ефективному бізнесу та задоволенню потреб клієнтів.

Отже, аналізуючи роботу та результати дослідження можна зробити висновок, що поставлені задачі були виконані, внаслідок чого мета дослідження, а саме, узагальнення теоретико-практичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо маркетингового забезпечення виведення нового товару на ринок була досягнена.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. What is product marketing? (With importance and stages). Indeed. URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-product-marketing> (date of access: 10.05.2023).
2. Ntloko K. The What, Why and How of Product Marketing. Meltwater. URL: <https://www.meltwater.com/en/blog/product-marketing-how-to-sell-a-product> (date of access: 10.05.2023).
3. Product Marketing. WallStreetMojo. URL: <https://www.wallstreetmojo.com/product-marketing/> (date of access: 10.05.2023).
4. What is the essence of marketing. Studocu. URL: <https://www.studocu.com/en-au/messages/question/2739268/what-is-the-essence-of-marketing> (date of access: 10.05.2023).
5. What is the essence of marketing? - ranjith.org. ranjith.org - Edited by Arun and Sidharth. URL: <https://ranjith.org/2019/12/16/what-is-marketing.html> (date of access: 10.05.2023).
6. Дизайн-мислення: як застосовувати метод на практиці у 2023 році. IT школа Beetroot Academy: інтенсивні IT-курси онлайн, навчання в дружній атмосфері. URL: <https://beetroot.academy/blog/general/dizajn-mislennya-yak-zastosovuvati-metod-na-praktitsi> (дата звернення: 10.05.2023).
7. Що таке Agile - методологія, принципи та методи в 2021 | BrainRain. Brain Rain. URL: <https://brainrain.com.ua/uk/chto-takoe-agile-ua/> (дата звернення: 10.05.2023).
8. Використання методики ощадливого виробництва як спосіб оптимізації бізнесу. Дія.Бізнес - Головна сторінка. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/sistematizacia-biznes-procesiv/vikoristanna-metodiki-osadlivogo-virobnictva-ak-sposib-optimizacii-biznesu> (дата звернення: 10.05.2023).
9. ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ТОРГІВЛІ. Головна. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.15.23.html> (дата звернення: 10.05.2023).

10. Рубан Т. ЦИФРОВА ТЕХНОЛОГІЯ «ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ» У МАРКЕТИНГУ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗПОДІЛУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ. БІЗНЕС-НАВІГАТОР. 2016. № 2 (39). С. 13–18. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2016/39_2016/03.pdf (дата звернення: 10.05.2023).

11. Переваги 3D-друку для розробки продуктів. 3D друк, 3D принтери, 3D ручки, 3D пластик в Україні. URL: <https://3d4u.com.ua/uk/blog/post/120-perevagi-3d-druku-dlya-rozrobki-produktiv> (дата звернення: 10.05.2023).

12. Технології швидкого прототипування. ni.biz.ua. URL: http://ni.biz.ua/10/10_16/10_164688_tehnologii-bistrogo-prototipirovaniya.html (дата звернення: 10.05.2023).

13. Industry-Recognized for Amazon Strategy & Results. Tinuiti. URL: <https://tinuiti.com/> (date of access: 10.05.2023).

14. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА СТРАТЕГІЯ. Promodo. URL: https://www.promodo.ua/services/strategy?gclid=CjwKCAjwge2iBhBBEiwAfXD BR5LZu4BsYkCM4xFEkzp481Ei-l10D-PjB7DNsgE4PYZO_RNAkRePaхоCeMQQAvD_BwE (дата звернення: 10.05.2023).

15. Сутність і склад системи маркетингової інформації. Комплексні маркетингові дослідження - Бібліотека BukLib.net. Головна - Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/37072/> (дата звернення: 10.05.2023).

16. Провідні етапи маркетингового дослідження. Nebotan.info. URL: <http://nebotan.info/sale/research.php> (дата звернення: 10.05.2023).

17. Етапи маркетингових досліджень - AboutMarketing. AboutMarketing. URL: <https://aboutmarketing.info/osnovy-marketynhu/etapy-marketynhovykh-doslidzhen/> (дата звернення: 10.05.2023).

18. Левада К. О. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИДІВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ. Міжнародні наукові інтернет-конференції. URL: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/2840/> (дата звернення: 10.05.2023).

19. Тарасовський Ю. Ajax Systems збільшила дохід на третину, а потужності вдвічі в 2022 році – Forbes.ua. Forbes.ua | Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. URL: <https://forbes.ua/news/ajax-systems-zbilshila-dokhid-na-tretinu-a-potuzhnosti-vdvichi-v-2022-rotsi-12012023-11031> (дата звернення: 12.05.2023).

20. Підсумки 2021 | Блог Ajax Systems. Ajax Systems. URL: <https://ajax.systems/ua/blog/2021-growth-report/> (дата звернення: 12.05.2023).

21. Ajax Systems у 2022 році: дохід виріс на 35%, команда – на 877 людей. AIN.UA. URL: <https://ain.ua/2023/01/11/yak-praczyuye-zavod-ajax-systems-u-turechchyni-video/> (дата звернення: 12.05.2023).

22. Ajax Systems залучає інвестицію в 10 млн доларів США з нового фонду Horizon Capital EEGF III | Блог Ajax Systems. Ajax Systems. URL: <https://ajax.systems/ua/blog/horizon-capital-eegf-iii-investment/> (дата звернення: 12.05.2023).

23. ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА. eONPUIR: Главная страница. URL: <http://dspace.op.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7859/1/175-177.pdf> (дата звернення: 12.05.2023).

24. Формування конкурентних переваг. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/konkurs_stud/ES/2019/7.pdf (дата звернення: 12.05.2023).

25. Оцінка збитку від затоплення(залитті) квартири. Незалежна експертна оцінка нерухомості. URL: <https://zemocenka.com/ocinka-zbitku-vid-zatoplennya-kvartiri/> (дата звернення: 12.05.2023).

26. Найбільш масштабні паводки в історії України. Слово і Діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/06/24/infografika/suspilstvo/najbilsh-masshtabni-pavodky-istoriyi-ukrayiny> (дата звернення: 12.05.2023).

27. Вперше за 10 років в Україні стався аномальний зимовий паводок - "Укргідроенерго". Новини України - останні новини України сьогодні -

УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/vpershe-za-10-rokiv-v-ukrajini-stavsya-anomalniy-zimoviy-pavodok-ukrgidroenergo-12226188.html>
(дата звернення: 12.05.2023).

28. Dream by WOMBO. Dream by WOMBO. URL: <https://dream.ai/create>
(date of access: 13.05.2023).

29. Етапи розробки і виведення нового товару на ринок - Бібліотека BukLib.net. Головна - Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/37675/> (дата звернення: 13.05.2023).

30. Денисенко М. О. Маркетингове забезпечення виведення нового товару на ринок : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра : спец. 075 - маркетинг / наук. кер. М. Г. Мінченко. Суми : Сумський державний університет, 2022. 50 с.

31. Міждисциплінарний словник з менеджменту / [за ред. Д.М. Черваньова, О.І. Жилінської]. – К. : Нічлава, 2011. – 624 с.

32. Розробка і виведення нового на ринок. Суть і основні етапи розробки і виведення нового товару на ринок. URL: http://4ua.co.ua/marketing/za2bc68a4c43b88421206d37_0.html (дата звернення: 15.05.2023).

33. Якою має бути охоронна компанія в 2021 році. ФАКТИ ICTV. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20210720-yakoyu-maye-buty-ohoronna-kompaniya-v-2021-rotsi/> (дата звернення: 15.05.2023).

34. Аналіз ринку охоронних послуг Києва. 2018 рік. Аналіз ринка. Заказать анализ рынка на Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-ohrannyh-uslug-kieva-2018-god> (дата звернення: 15.05.2023).

35. Як влаштований охоронний бізнес в Україні? Лідери, тренди та проблеми | Checkpoint. Checkpoint Bussines Media. URL: <https://ckp.in.ua/reviews/19080> (дата звернення: 15.05.2023).

36. Три проблеми ринку охоронних послуг. Новости бизнеса, экономики, финансов, рынков и компаний – НВ Бизнес. URL:

<https://biz.nv.ua/ukr/experts/tri-problemi-rinku-ohoronnih-poslug-218485.html>

(дата звернення: 15.05.2023).

37. Компанієць С. Удосконалення ринку охоронних послуг: Міжнародна науково-практична конференція: Український ринок охоронних послуг // Вісн НБУ. — 2004. — № 1. — С.46 — 50.

38. Курило В. Надання охоронних послуг як об'єкт підприємництва // Право України. — 2003. — № 2. — С.113 — 117.

39. Маркетинг охоронних послуг » referat-ok.com.ua. referat-ok.com.ua » Для тих хто прагне знань!. URL: <http://referat-ok.com.ua/work/marketing-ohoronnih-poslug/> (дата звернення: 15.05.2023).

40. Огляд ринку послуг фізичної охорони в Україні | Shen. Shen. URL: <https://shen.ua/obzor-i-analitika-otrasli/oglyad-rynku-poslug-fizychnoyi-ohorony-v-ukrayini/> (дата звернення: 15.05.2023).

41. Interfax-Ukraine. Як вибрати охоронне підприємство. Інтерфакс-Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/press-release/825076.html> (дата звернення: 15.05.2023).

42. Новини компаній: Ринок безпеки: прогнози в кризу по всій Україні. Новини України та Світу. Головні і останні новини - NV. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/bezpeka-i-ohorona-stayut-vazhlivishe-v-umovah-krizi-i-rostut-yak-biznes-ostanni-novini-50094631.html> (дата звернення: 15.05.2023).

43. Міненко М.А. Публічне управління: теорія та методологія : монографія. Київ : Київський національний торговельноекономічний університет, 2014. 404 с.

44. Миронюк Р.В. Адміністративно-правове регулювання надання приватних охоронних послуг : монографія. Дніпропетровськ : Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, 2016. 128 с.

45. Про охоронну діяльність : Закон України від 22 березня 2012 р. № 4616. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4616-17> (дата звернення: 03.03.2020).

46. Припутень Д.С. Взаємодія приватних охоронних структур з правоохоронними органами та громадськістю у сфері забезпечення безпеки фізичних осіб та охорони права власності. Науковий вісник Ужгородського національного університету 2015. URL: [https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/6104/1/ВЗАЄМОДІЯ%20ПРИВАТНИХ ОХОРОННИХ СТРУКТУР.pdf](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/6104/1/ВЗАЄМОДІЯ%20ПРИВАТНИХ%20ОХОРОННИХ%20СТРУКТУР.pdf) (дата звернення: 06.03.2020).

47. Паспорт ринку охоронних послуг України. 2012 рік. Pro-Consulting. URL: dovanie-pro-consulting.ua/ua/isslerynka/Pasportrynka-ohrannyh-uslug-Ukrainy-2012-god (дата звернення: 03.12.2019).

48. Охорона24 | Статті, новини, огляди | Фізична охорона і Технічна охорона в Києві. Пультова охорона в Києві | Фізична охорона | Охорона офісу | Відеоспостереження, моніторинг | Технічна охорона | Охоронне підприємство Охорона24. URL: https://ohorona24.com.ua/article_004.html (дата звернення: 15.05.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета щодо оцінки актуальності системи антипотопу

Дякуємо, що взяли участь в нашому опитуванні. Будь ласка, відповідайте на запитання, вибираючи найбільш відповідну для вас варіант відповіді. Всі ваші відповіді будуть оброблені конфіденційно.

1. Як ви оцінюєте актуальність системи антипотопу для вашого місця проживання або роботи?

1. Дуже актуально
2. Середньо актуально
3. Неактуально

2. Чи був у вас особисто досвід з проблемою затоплення в вашому житловому приміщенні або офісі?

1. Так, недавно
2. Так, раніше, але не зараз
3. Ні, ніколи

3. Чи маєте ви систему антипотопу в своєму житловому приміщенні або офісі?

1. Так
2. Ні, але розглядаю можливість встановлення
3. Ні, не розглядаю таку можливість

4. Як часто ви помічаєте проблеми затоплення в навколишніх будівлях або на вулицях вашого міста?

1. Часто
2. Іноді
3. Рідко або ніколи

5. Як ви оцінюєте серйозність проблеми затоплень у вашому регіоні?

1. Дуже серйозна
2. Середньо серйозна
3. Не дуже серйозна

6. Чи маєте ви страх, що ваше майно може постраждати від затоплення?

1. Так, дуже
2. Можливо, в певних умовах
3. Ні, не маю такого страху

7. Як ви оцінюєте важливість наявності системи антипотопу для захисту вашого майна?

1. Дуже важливо
2. Середньо важливо
3. Не

8. Чи відомо вам про компанію Ajax Systems та їх систему антипотопу?

1. Так, детально ознайомлений(-на)
2. Так, але потребує додаткової інформації
3. Ні, не чув(-ла) раніше

9. Чи розглядали ви встановлення системи антипотопу в своєму житловому приміщенні або офісі раніше?

1. Так, інформувався(-лась) про це детально
2. Так, але не знаю достатньо інформації
3. Ні, не розглядав(-ла)

10. Які фактори є найважливішими для вас при виборі системи антипотопу? (Виберіть всі, що підходять)

1. Ефективність запобігання затопленням
2. Легкість встановлення та налаштування
3. Ціна та доступність
4. Додаткові функції та можливості
5. Надійність та тривалість роботи
6. Технічна підтримка та сервісне обслуговування

11. Як ви оцінюєте вплив наявності системи антипотопу на підвищення безпеки вашого майна та комфорту проживання/роботи?

1. Дуже суттєвий вплив
2. Певний вплив, але не дуже суттєвий
3. Мінімальний або не впливає

12. Чи готові ви інвестувати в систему антипотопу, якщо вона відповідає вашим вимогам?

1. Так, без сумнівів
2. Можливо, якщо це вигідна пропозиція
3. Ні, не планую такі витрати

13. Чи були ви задоволені досвідом використання продуктів/послуг компанії Ajax Systems раніше?

1. Так, дуже задоволений(-на)
2. Так, але є деякі зауваження
3. Ні, зауважень немає

14. Як би ви охарактеризували репутацію компанії Ajax Systems у сфері безпекових систем?

1. Висока репутація і надійність
2. Середня репутація, потребує додаткових досліджень
3. Низька репутація або не мають достатньо інформації

15. Яка кількість пристроїв/датчиків антипотопу ви вважаєте оптимальною для свого приміщення?

1. Менше 5
2. 5-10
3. Більше 10

16. Як ви оцінюєте важливість мобільного додатку або онлайн-контролю при використанні системи антипотопу?

1. Дуже важливо
2. Можливо, але не обов'язково
3. Не важливо

17. Чи були б ви зацікавлені у встановленні системи антипотопу, якщо це дозволяло б отримувати знижки на страховку вашого майна?

1. Так, це було б привабливо
2. Не суттєвий фактор для мене
3. Ні, не було б впливу на моє рішення

18. Чи були б ви зацікавлені у встановленні системи антипотопу, якщо компанія Ajax Systems пропонувала б безкоштовну консультацію та оцінку ризиків для вашого майна?

1. Так, це було б дуже корисно
2. Можливо, залежно від умов пропозиції
3. Ні, не було б важливим для мене

19. Яка зазначена вартість системи антипотопу впливає на вашу готовність її придбати?

1. Наявна вартість є прийнятною
2. Можливо, за наявної можливості фінансування
3. Вартість впливає на неможливість придбання

20. Чи маєте ви додаткові коментарі або пропозиції?

Дякуємо, що ви заповнили нашу анкету. Ваші відповіді є надзвичайно цінними для нас і допоможуть нам краще зрозуміти ваші потреби та очікування щодо системи антипотопу від компанії Ajax Systems.

Ваша думка дуже важлива для нас і стане основою для подальшого вдосконалення нашого продукту та його адаптації під ваші потреби.

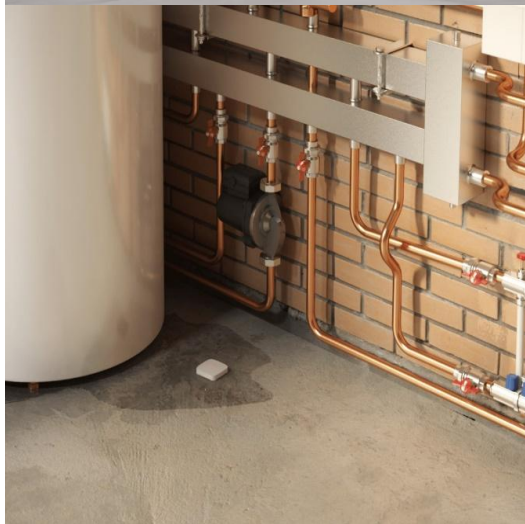
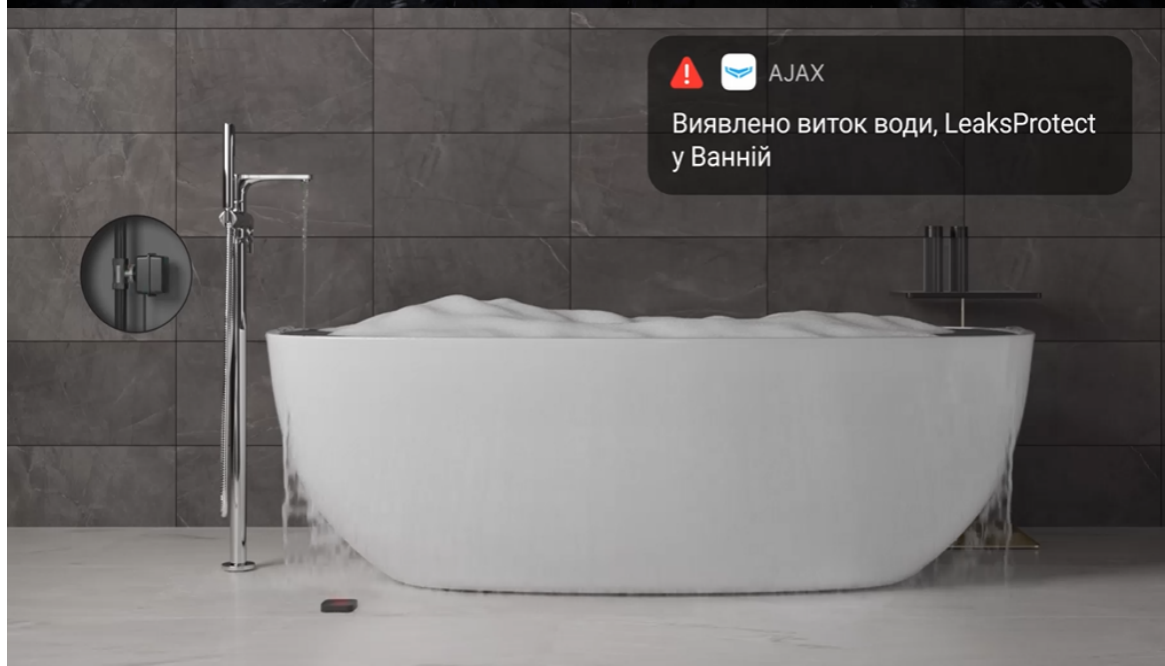
LeaksProtect

Бездротовий адресний датчик протікання

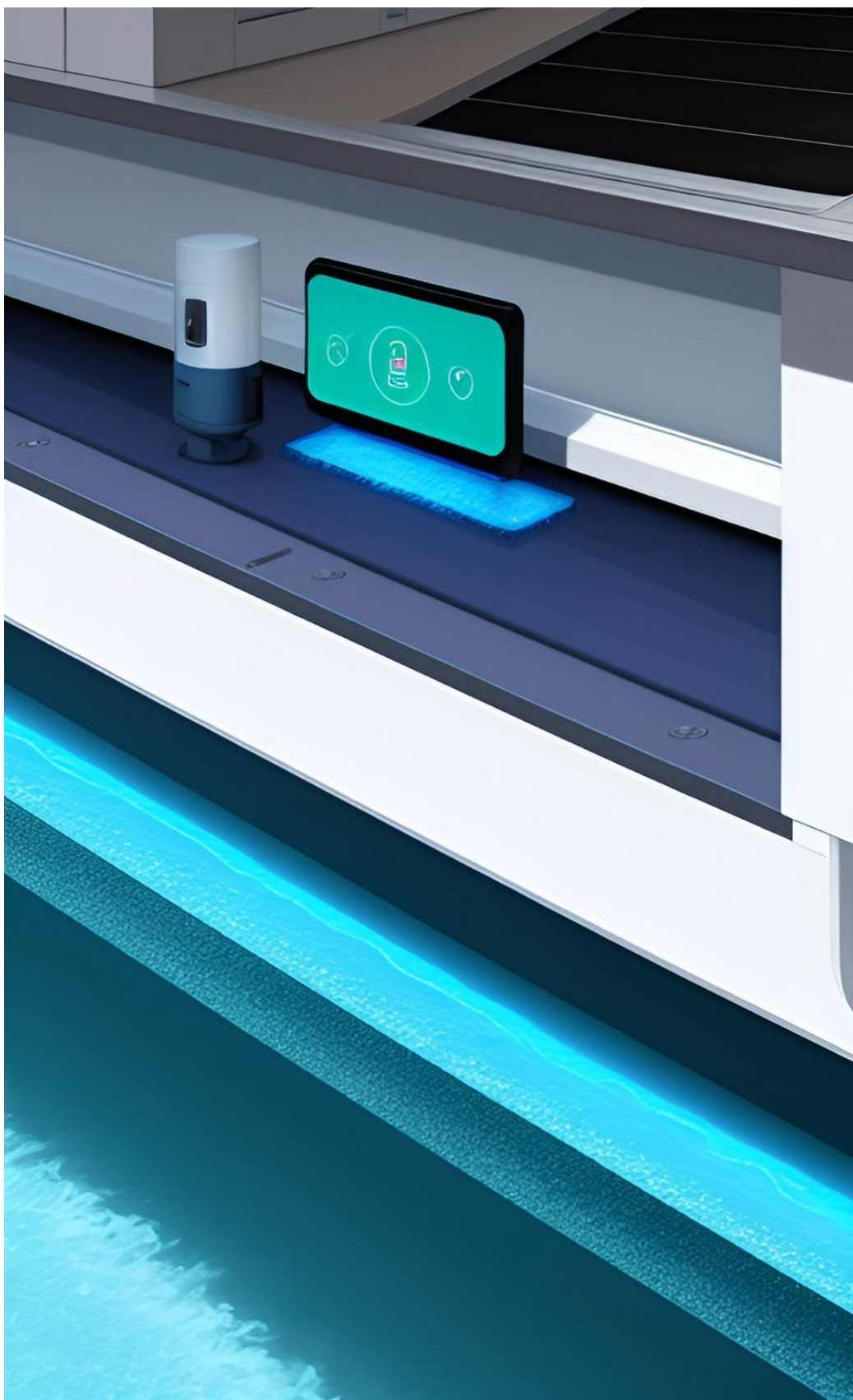


1 379 грн
Рекомендована ціна

Де купити



Додаток Б



Д
одато
к В

1. Residential Consumers:

- Demographics: Homeowners, renters, families, and individuals residing in houses, apartments, or condominiums.
- Characteristics: Concerned about the safety and security of their homes, personal belongings, and family members.
- Needs: Seek reliable alarm systems, surveillance cameras, smart locks, and other solutions to deter burglaries, monitor their properties remotely, and receive alerts in case of emergencies.
- Preferences: User-friendly interfaces, mobile app integration, wireless or DIY installation options, and aesthetically pleasing devices for seamless integration with home decor.

2. Commercial Enterprises:

- Demographics: Small businesses, large corporations, retailers, offices, warehouses, educational institutions, healthcare facilities, etc.
- Characteristics: Need to protect their assets, employees, and sensitive information from theft, vandalism, or unauthorized access.
- Needs: Demand comprehensive security solutions, including access control systems, video surveillance, alarm systems, and fire detection systems.
- Preferences: Scalable systems, centralized monitoring, integration with other security or building management systems, and compliance with industry regulations.

3. Industrial Sector:

- Demographics: Manufacturing plants, warehouses, distribution centers, and industrial facilities.
- Characteristics: Focus on protecting valuable equipment, inventory, and ensuring employee safety within complex industrial environments.
- Needs: Require advanced security systems like video surveillance, intrusion detection, perimeter control, access control, and integrated safety systems.
- Preferences: Robust and durable hardware, integration with industrial control systems, remote monitoring capabilities, and compliance with industry-specific safety regulations.

4. Government and Public Institutions:

- **Demographics:** Government offices, law enforcement agencies, public buildings, transportation hubs, etc.
- **Characteristics:** Responsible for ensuring public safety, protecting critical infrastructure, and preventing security threats.
- **Needs:** Require advanced security systems including access control, video surveillance, intrusion detection, emergency response systems, and crowd management solutions.
- **Preferences:** High-level security features, integration with emergency services, interoperability with existing infrastructure, and adherence to government regulations.

5. Dealer-Distributors and Installers:

- **Demographics:** Security companies, system integrators, installers, and resellers.
- **Characteristics:** Provide installation, maintenance, and support services to end consumers and commercial clients.
- **Needs:** Look for reliable and innovative security systems to offer their customers, as well as comprehensive technical support and training from the manufacturer.
- **Preferences:** Quality products, competitive pricing, flexible installation options, excellent customer service, and strong partnerships with manufacturers.

Анкета щодо оцінки задоволеності клієнтів від використання системи антипотопу Ajax Systems

Дякуємо, що взяли участь у нашому опитуванні. Ваша думка є важливою для нас. Будь ласка, пройдіть опитування, відповівши на наступні питання.

1. Як довго ви використовуєте систему антипотопу Ajax Systems?

1. Менше 6 місяців
2. Від 6 місяців до 1 року
3. Понад 1 рік

2. Наскільки задоволені ви якістю системи антипотопу Ajax Systems?

1. Дуже задоволений/задоволена
2. Задоволений/задоволена
3. Нейтральний/ня
4. Незадоволений/незадоволена
5. Дуже незадоволений/незадоволена

3. Які переваги ви помічаєте у використанні системи антипотопу Ajax Systems? (виберіть всі відповіді, що підходять)

1. Надійність і безпека
2. Легкість встановлення і використання
3. Ефективність у виявленні підтоплень
4. Можливість отримання сповіщень на мобільний телефон
5. Інтеграція з іншими системами безпеки
6. Інші (вказіть)

4. Чи виникали у вас проблеми або недоліки при використанні системи антипотопу Ajax Systems?

1. Так, виникали проблеми
2. Ні, не виникали проблеми

5. Як би ви оцінили рівень підтримки з боку Ajax Systems?

1. Високий рівень
2. Середній рівень
3. Низький рівень
4. Не використовував/ла підтримку

6. Чи рекомендували б ви систему антипотопу Ajax Systems своїм знайомим або колегам?

1. Так, однозначно рекомендую
2. Можливо, залежить від ситуації
3. Ні, не рекомендую