

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Формування системи просування на ринок нового продукту
на прикладі ТОВ «ФІЛІП MORRIS СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Здобувачки _____ Захарія З.І.

2 курсу групи МРЗ-781

Керівник _____ проф. Лагодієнко В.В.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від « 15» грудня 2022 р., протокол № 5 .

**Завідувач кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі _____ проф. Лагодієнко В.В.**

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту, маркетингу і логістики

Кафедра маркетингу, підприємництва і торгівлі

Ступінь вищої освіти “магістр”

Спеціальність 075 “Маркетинг”

Освітньо-професійна програма “Маркетинг”

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Зав. кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі**

“30” вересня 2021 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧІ

Захарія Зінаїді Іванівні

1. Тема проекту (роботи) Формування системи просування на ринок нового продукту на прикладі ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН» та керівник д.е.н., проф. Лагодієнко В.В. затверджені наказом ОНТУ від «7» жовтня 2021 року № 851-03 та у редакції, затвердженій наказом від «22» серпня 2022 року № 477-03
2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.12.2022 року
3. Вихідні дані до проекту (роботи) аналітичні дані ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН» про обсяги виробництва та реалізації продукції за 2016-2020 роки, економічні показники діяльності ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН», огляд українського та світового ринку тютюновмісних продуктів та приладів для нагрівання тютюну.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні засади формування системи просування на ринок нового продукту. Розділ 2. Маркетинговий аналіз стану системи та методів просування ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН» Розділ 3. Розробка програми дій з формування системи просування на ринок нового продукту для ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН» Висновки та пропозиції. Список використаних джерел.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) табличний матеріал з відображенням показників діяльності підприємства та маркетингової асортиментної політики, графічний матеріал з аналізу та оцінки маркетингового середовища підприємства, графічний матеріал - презентація до захисту роботи (14 слайдів)

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 30.09.2021 р.

Керівник _____ д.е.н., проф. Лагодієнко В.В.

Завдання прийняв до виконання _____ Захарія З.І.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір робочого варіанту теми і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи.	01-25 вересня 2021 р.	виконано
2.	Затвердження робочого варіанту теми кваліфікаційної роботи	05-25 вересня 2021 р.	виконано
3.	Формування подання кафедри до наказу на затвердження теми та керівника. Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником та завідувачем кафедри.	30 вересня – 10 жовтня 2021р.	виконано
4.	Аналіз та дослідження літературних джерел, статистичних даних за темою кваліфікаційної роботи. Підготовка першого розділу, написання тез та статей	жовтень 2021 р. – серпень 2022 р.	виконано
5.	Проходження дослідницької практики, збір даних підприємства. Уточнення теми кваліфікаційної роботи.	14 серпня – 14 жовтня 2022 р.	виконано
6.	Обробка та узагальнення зібраного матеріалу за темою роботи	16-29 жовтня 2022 р.	виконано
7.	Підготовка першого (чорнового) варіанту роботи і подання його на прочитання науковим керівником.	30 жовтня – 07 листопада 2022 р.	виконано
8.	Доопрацювання тексту роботи з врахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводились під час практики, і подання її на друге читання.	09-22 листопада 2022 р.	виконано
9.	Подання кваліфікаційної роботи для малого захисту на кафедрі, перевірка оформлення, на плагіат.	22-30 листопада 2022 р.	виконано
10.	Подання роботи на зовнішнє рецензування	01 - 05 грудня 2022 р.	виконано
11.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи	05-18 грудня 2022 р.	виконано
12.	Захист виконаної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії.	21 грудня 2022 р.	

Здобувач-дипломник _____

(підпис)

Захарія З.І.

(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи) _____

(підпис)

Лагодієнко В.В.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи СВО «Магістр» студентки Захарія З.І. на тему
**Формування системи просування на ринок нового продукту на прикладі
ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»**,
виконаної в Одеському національному технологічному університеті

У кваліфікаційній роботі розглянуті питання щодо удосконалення маркетингової комунікаційної політики у напрямку формування системи просування на ринок тютюнових виробів для нагрівання нового виробу на прикладі системи IQOS VEEV (ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»), обґрунтування необхідності її та доцільності.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та формування маркетингової системи просування на ринок тютюнових виробів для нагрівання на прикладі системи IQOS VEEV (ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»).

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є теоретичні та методичні засади формування маркетингової стратегії просування нових продуктів як умова для максимізації прибутку та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження є маркетингова комунікаційна політика ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН» стосовно просування на ринок тютюнових виробів для нагрівання на прикладі системи IQOS VEEV.

Для проведення аналізу стану системи та методів просування ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН» були використані метод PESTEL-аналізу, модель Ф.Котлера «5 рівнів товару», маркетингове дослідження споживачів тютюновмісних продуктів.

Загальний обсяг роботи складає 89 сторінок, з них 80 сторінок основного тексту. Робота містить 22 рисунки, 10 таблиць, список використаних джерел складається з 52 джерел.

ANNOTATION

to the qualifying work of the Master's Higher Secondary School of Higher Education
of the student Zaharia Z.I. on the topic

The formation of a system for promoting a new product to the market on the example
of "PHILIP MORRIS SALES AND DISTRIBUTION" LLC,

performed at Odesa National Technological University

In the qualification work, issues related to the improvement of the marketing communication policy in the direction of the formation of a system for promoting tobacco products to the market for heating a new product on the example of the IQOS VEEV system (PHILIP MORRIS SALES AND DISTRIBUTION LTD.), justification its necessity and expediency.

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions and proposals, a list of used sources.

The purpose of the qualification work is the research and formation of a marketing system for the promotion of tobacco products for heating on the market using the example of the IQOS VEEV system (PHILIP MORRIS SALES AND DISTRIBUTION LLC).

The object of the research of the qualification work is "PHILIP MORRIS SALES AND DISTRIBUTION" LLC and its partners-manufacturers of tobacco products for heating.

The subject of the study is the marketing communication policy regarding the promotion of tobacco products for heating on the market using the example of the IQOS VEEV system.

The PESTEL analysis method, Kotler's "5 product levels" model, and marketing research of consumers of tobacco products were used to analyze the state of the system and promotion methods of "PHILIP MORRIS SALES AND DISTRIBUTION" LLC.

The total volume of the work is 89 pages, of which 80 pages are the main text. The work contains 22 figures, 10 tables, the list of used sources consists of 52 sources.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 Теоретичні засади формування системи просування на ринок нового продукту	9
1.1 Роль та місце системи просування на ринок в маркетинговій діяльності підприємства	9
1.2 Сучасні методи дослідження та просування на ринок нового продукту	18
1.3 Шляхи підвищення ефективності просування на ринок нового продукту	23
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2 Маркетинговий аналіз стану системи та методів просування ТОВ «ФІЛП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»	27
2.1 Характеристика маркетингової діяльності ТОВ «ФІЛП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»	27
2.2 Стан ринку тютюновмісних продуктів та методів їх просування	38
2.3 Аналіз маркетингової характеристики тютюнових виробів для нагрівання та споживчих уподобань	49
Висновки до розділу 2	62
РОЗДІЛ 3 Розробка програми дій з формування системи просування на ринок нового продукту для ТОВ «ФІЛП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»	65
3.1 Визначення цілей та стратегії просування на ринок системи IQOS VEEV	65
3.2 План дій з просування на ринок нового продукту ТОВ «ФІЛП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»	71
3.3 Прогноз ефективності запропонованої програми дій з просування на ринок системи IQOS VEEV	74
Висновки до розділу 3	77
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83
	87

ВСТУП

В умовах нестабільної ринкової кон'юнктури, швидкої зміни потреб і вподобань споживачів, жорсткої конкуренції виробників, будь-яка компанія, навіть найзнаменитіша, для утримування своїх позицій на ринку повинна регулярно розробляти нові товари і постійно вдосконалювати вже існуючі. Проте, для того, щоб вигідно реалізувати такий товар, сучасним виробникам недостатньо лише розробити якісні товари, встановити на них привабливі ціни і раціонально організувати його збут. Дуже важливим аспектом є стратегія виведення нового товару на існуючий ринок. Саме від неї залежить подальший попит на нову продукцію. Доцільне застосування комплексу методів з просування товару сприяє досягненню бажаного виробничого ефекту.

Вивченню питань з просування товарів присвячена велика кількість наукових робіт як зарубіжних, так і вітчизняних авторів. До видатних зарубіжних дослідників в галузі просування товарів належать: Дж. Бернет, Ф. Котлер, Дж. Россітер, Е. Райз, Дж. Траут, Д. Шульц та інші. Серед вітчизняних авторів можна виділити праці таких вчених як: А.В. Войчак, С.М. Ілляшенко, В.Я. Кардаш, М.А. Окландер, В.Ф. Оніщенко, А.О. Старостіна тощо. У працях цих авторів розглянуто питання про сутність та значення політики просування товару в господарській діяльності підприємства, наведено характеристику методів і шляхів виведення нових товарів на ринок.

Здобувач	Захарія З.І.			КРМ. МПіТ.1.477-03.ІІ.2.1			
				Текстова частина	Стад		Стор.
						6	89
Керівник	Лагодієнко В.В				ОНТУ		
Зав.каф.	Лагодієнко В.В.						

Проте недостатньо дослідженим залишається питання особливостей способів просування нового продукту на існуючий ринок. Саме це і обумовлює необхідність більш детального розгляду даної теми.

Не достатньо опрацьованими залишаються також питання, пов'язані зі специфікою формування стратегії просування нових продуктів підприємствами конкретних сфер та видів діяльності, а саме тих, яким заборонено законом України рекламувати свою продукцію – це виробники тютюнових виробів та їх торгові представники [5].

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та формування маркетингової системи просування на ринок тютюнових виробів для нагрівання на прикладі системи IQOS VEEV (ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»).

Виходячи з поставленої мети, необхідно вирішити задачі:

- дослідити сутність та поняття маркетингової комунікаційної системи просування на ринок;
- визначити характеристики елементів системи просування на ринок нового товару;
- проаналізувати маркетингове середовище ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН» та виробників тютюнових виробів для нагрівання на прикладі системи IQOS VEEV;
- надати маркетингову характеристику тютюнових виробів для нагрівання IQOS VEEV;
- проаналізувати споживчі уподобання до тютюнових виробів для нагрівання;
- дослідити інструментарій маркетингових комунікацій стосовно системи просування на ринок нового продукту;
- розробити стратегію просування нового продукту для ТОВ «ФІЛІП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН»;
- надати план дій з формування системи просування на ринок нового продукту та розрахувати прогноз ефективності його реалізації.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є теоретичні та методичні засади формування маркетингової стратегії просування нових продуктів як умова для максимізації прибутку та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження є маркетингова комунікаційна політика ТОВ «ФІЛП МОРРІС СЕЙЛЗ ЕНД ДИСТРИБ'ЮШН» стосовно просування на ринок тютюнових виробів для нагрівання на прикладі системи IQOS VEEV.

Основні результати проведеного дослідження було апробовано на IV Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні аспекти соціально-економічного розвитку України: погляд молоді», Одеса, ОНТУ, 20-21 жовтня 2022 року.