

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК НОВОГО ТОВАРУ»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18вм

Спеціальності 075 Маркетинг

Каменєв Олександр Юрійович

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Каменєв О. Ю. Розробка маркетингової стратегії виведення нового товару на ринок.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи розробки маркетингової стратегії виведення нового товару на ринок підрозділу «Байєр CropScience» підприємства ТОВ «Байєр» в сегменті засобів захисту рослин аграрного ринку, здійснено аналіз маркетингового середовища підприємства, розроблено рекомендації щодо маркетингових заходів з просування нового товару підрозділу «Байєр CropScience» підприємства ТОВ «Байєр». З урахуванням специфіки продукції підприємства підрозділу «Байєр CropScience» підприємства ТОВ «Байєр» обґрунтовано стратегію виведення нового товару підприємства в сегменті засобів захисту рослин аграрного ринку, розроблено маркетингові заходи щодо просування нового товару, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Ключові слова: засоби захисту рослин, аграрний ринок, поліграфічні послуги, товар, ефективність.

SUMMARY

Kamenev O. Development of marketing strategy for launching a new product.

The qualification work considers the theoretical and methodological bases for developing a marketing strategy for bringing the new product to the market Crop protection segment of Agrarian market for Bayer CropScience division, Bayer LLC, analyzed the marketing environment of the company, developed recommendations for promotion new product and marketing activities for Bayer CropScience division, Bayer LLC. Taking into account the specificity of the products of the Bayer CropScience division of the Bayer LLC, it was justified the strategy of launching the new product for the company in the segment of plant protection products of the agrarian market, marketing researches have been developed to promote the new product, which will increase the company's competitiveness on the market.

Keywords: plant protection products, agricultural market, printing services, product, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ	10
1.1. Поняття «нового товару» і підходи до його визначення	10
1.2. Сутність і основні етапи розробки і виведення нового товару на ринок	12
1.3. Основні методи просування нового товару. Ризики і помилки при виведенні нових товарів на ринок. Маркетингові дослідження при виведенні товару на ринок	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА АГРАРНОГО ПІДРОЗДІЛУ «БАЙЄР CROPSCIENCE» ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «БАЙЄР»	26
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища аграрного підрозділу «Байєр CropScience» підприємства ТОВ «Байєр»	26
2.2. Аналіз мікросередовища	30
2.3. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз	39
2.4. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства	45
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА І ВИВІД НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК В ГРУПІ ГЕРБІЦИДІВ АГРАРНОГО ПІДРОЗДІЛУ «БАЙЄР CROPSCIENCE» ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «БАЙЄР»	48
3.1. Унікальність і особливості нового товару	48
3.2. Просування товару. Вибір цільових сегментів	54
3.3. Основні заходи щодо реалізації виведення нового товару. Бюджет і ефективність	68
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
ДОДАТКИ	77