

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21зс
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Мацуї Дар'я Олегівна

ПІБ

Керівник: Білоткач І.А., к.е.н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ *

Мацуї Д.О. Товарна політика підприємства та шляхи її вдосконалення.

Ця кваліфікаційна робота присвячена дослідженню товарної політики ТОВ «ДМК Дніпромлин» та розробці ефективних заходів щодо її вдосконалення в умовах сучасного ринку. У роботі здійснено комплексний аналіз існуючої товарної політики підприємства, проведено SWOT-аналіз та вивчено динаміку фінансових показників за останні роки. На основі отриманих результатів обґрунтовано доцільність впровадження нового продукту — борошняної суміші для швидкого хліба. У роботі розроблено концепцію товару, описано його позиціонування, упаковку, план впровадження, витрати та виконавців. Проведено оцінку економічної доцільності проєкту, яка довела його ефективність та відповідність стратегічним цілям підприємства. Запропоновані заходи спрямовані на оновлення асортименту, підвищення прибутковості та конкурентоспроможності ТОВ «ДМК Дніпромлин».

Ключові слова: товарна політика, борошняна суміш, ТОВ «ДМК Дніпромлин», SWOT-аналіз, фінансові показники, асортимент, позиціонування, упаковка, економічна доцільність, конкурентоспроможність.

SUMMARY

Matsuy D.O. The enterprise's product policy and ways to improve it.

This qualification work contributes to the study of the product policy of LLC "DMK Dnipromlyn" and develops effective measures to improve it in the conditions of the modern market. The work carried out a comprehensive analysis of the existing product policy of the enterprise, conducted a SWOT analysis and studied the dynamics of financial indicators in recent years. Based on the results obtained, the feasibility of introducing a new product - flour mix for quick bread was substantiated. The work developed a product concept, described its positioning, packaging, implementation plan, costs and performers. An assessment of the economic feasibility of the project was carried out, which proved its effectiveness and compliance with the strategic goals of the enterprise. The proposed measures are aimed at updating the range, increasing the profitability and competitiveness of LLC "DMK Dnipromlyn".

Keywords: product policy, flour mixture, LLC "DMK Dnipromlyn", SWOT analysis, financial indicators, assortment, positioning, packaging, economic feasibility, competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Поняття, сутність та цілі товарної політики підприємства	8
1.2. Роль товарної політики у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства	12
1.3. Методи формування та реалізації товарної політики	16
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ДМК ДНІПРОМЛІН»	22
2.1. Характеристика підприємства ТОВ «ДМК Дніпромлин»	22
2.2. Аналіз ринку на якому діє підприємство	29
2.3. Сегментування ринку та позиціонування продукції підприємства	38
2.4. Аналіз товарної політики ТОВ «ДМК Дніпромлин»	49
2.5. SWOT-аналіз	57
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ДМК ДНІПРОМЛІН»	62
3.1. Розробка заходів вдосконалення маркетингової товарної політики ТОВ «ДМК Дніпромлин»	62
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	67
3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів	70
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Баранівського, Шк. Маркетингового менеджменту. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 599 с.
2. Кубишина Н.С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку. Економічний вісник НТТУ «КПІ». 2010. № 7. С. 171–178.
3. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств. Бізнес-Інформ. 2014. № 11. С. 290–294.
4. Данілова Л. Л. Оптимізація асортиментної політики вітчизняних торговельних підприємств / Л. Л. Данілова // Вісник ДонДУЕТ. – 2001. – № 4(21). – С. 192-196.
5. Дейнека О. Є. Управління асортиментом в контексті нової роздрібної концепції / О. Є. Дейнека // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2005. – С. 286-292.
6. Діденко Є.О. Управління асортиментною політикою підприємства / Є.О. Діденко, Д.С. Савельєв // Ефективна економіка. – 2015. – № 3. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3910>
7. Кривенко Г. Конкурентне позиціонування товарного асортименту торговельних підприємств / Г. Кривченко // Торгівля і ринок України. – 2002. – Вип. 14. – Т. 1. – С. 232-237.
8. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства / А. А. Мазаракі [та ін.] ; під ред. проф. Н. М. Ушакової. – Київ : Хрещатик, 1999. – 800 с.
9. Наукові підходи та практичні аспекти оптимізації асортименту продуктів спеціального призначення / Г. Б. Рудавська, Є. В. Тищенко, Н. В. Притульська. – Київ : КНТЕУ, 2002. – 370 с
10. Стернюк О. Б. Аналіз методів формування асортиментної політики підприємства. Вісник наукових праць НУЛП. 2004. № 507. С. 80–84
11. Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика. Київ: КДТЕУ, 2000. 149 с.

12. Троян А. В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. Ефективна економіка. № 1. 2014 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2708>

13. Хамініч С. Ю., Сокол П. М., Чубакова А. А. Формування асортиментної політики суб'єкта господарювання в сучасних умовах. Економіка та управління підприємствами. Вип. 53. 2020. С. 129–134.

14. Мазепа Т.С. Формування асортиментної політики підприємств роздрібною торгівлі : дис. ... канд. екон. наук. Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків, 2007.

15. Кубишина Н. С. Управління асортиментною політикою підприємства. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». № 16. 2019. С. 288–300.

16. Кириченко С. О., Половинка К. І. Принципи формування асортиментної політики. Агросвіт. №1. 2021. С. 90–94.

17. Стернюк О. Б. Аналіз методів формування асортиментної політики підприємства. Проблеми економіки та управління. 2004. № 507 С. 80–84.

18. Прядко О. М., Попова Л. О., Синицина Г. А. Управління торговим асортиментом у роздрібній торгівлі в умовах національної конкурентної політики : монографія. Харків. 153 с. URL : <http://elib.hduht.edu.ua/>

19. Багорка М.О., Білоткач І.А. Особливості оцінки маркетингового потенціалу аграрних підприємств. Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. 2015. № 4. С. 132–136.

20. Бардаш М. С, Хоменко О. І. Асортиментна політика підприємства та шляхи її вдосконалення. Ефективна економіка. 2016. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5288>

21. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 712 с.

22. Троян А. В. Особливості асортиментної політики в сучасних умовах господарювання. Ефективна економіка. 2014. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2708>

23. Баширов І. Х. Маркетинг споживчих товарів : посіб. Донецьк : ТОВ «Домінанта», 1995. 303 с.
24. Касич А.О. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економічний аналіз. 2016. № 2, Том 25. С. 79-85.
25. Офіційний сайт ТОВ «ДМК Дніпромлин» URL: <https://dnipromlyn.com/>
26. Фінансові показники ТОВ «ДМК «ДНІПРОМЛИН» URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/43846603/
27. Огляд ринку борошна URL: <https://era-ukraine.org.ua/analitichnyy-zvit-ohliad-rynku-boroshna/>
28. Кузнецова І. О. Ринок борошна та круп України: структура, тенденції розвитку та динаміка змін / І. О. Кузнецова, Ю. В. Карпенко // Зернові продукти і комбікорми. — 2009. — № 4. — С. 6—10.
29. Статистичний щорічник України за 2011 рік ; за ред. О. Г. Осауленко. — К. : ТОВ "Август Трейд", 2019. — 560 с.
30. Офіційний сайт Державної митної служби України. Розділ "Митна статистика". URL: <http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/cstat>
31. Нікішина О. В. Шляхи удосконалення державної політики на інтегрованому зерновому ринку України (відтворювальний підхід) / О. В. Нікішина // Механізм регулювання економіки. — 2013. — № 2 (60). — С. 88—97.
32. Bezus, R.; Bilotkach, I.; Kurbatska, L.; Kobernuk, S.; Kadyrus, I. (2019) Strategic imperatives of institutional development of organic market. Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series II. Forestry, Wood Industry, Agricultural Food Engineering. Vol. 12 Is. 1, 97-108.
33. Нікішина О. В. Стратегічний вектор розвитку українського ринку борошномельної продукції / О. В. Нікішина // Економічні інновації : зб. наук. пр. — Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2012. — Вип. 49. — С. 167—178.
34. Огляд ринку борошна Європейського Союзу URL: <https://business.diia.gov.ua/analytics/research/Overview%20-flour-market-European-Union>
35. Офіційний сайт ТОВ «Слово 47» URL: <https://slovo.pl.ua/>

36. Мних Є.В. Економічний аналіз підприємства : Підручник. Київ, КНТУ, 2018. 514 с.

37. Ключник А. В. Особливості регулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств. Науковий вісник Херсонського державного університету. Херсон, 2019. №. 10 С. 121-124.

38. Талавіра Є. В. Сучасні тенденції регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобалізації. Ефективна економіка. 2019. №. 9.С 201-208.

39. Велика О. Ю. Особливості класифікації чинників зовнішнього середовища підприємства. Економіка та управління підприємствами. Інфраструктура ринку. Харків, 2019. Вип. 29. С. 137-143. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/29_2019_ukr/22.pdf.

40. Гапоненко Я. І., Швагірева В. С. Планування зовнішньоекономічної діяльності як основа розвитку підприємства. Економіка. Фінанси. Право. Хмельницьк 2018. №. 4 (1). С. 63-64.

41. Андрусь О.І., Пятаченко С.Ю. Серія «Економіка». Фактори та система формування прибутковості підприємства. Ужгород: Науковий вісник Ужгородського університету. 2022. С. 105-112.

42. Клепікова С.В., Яцина М.Г., Другова О.С. Економіка. Фінанси. Право. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. 2021. № 11. С. 18-22.

43. Ціолковська С. І. Стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств агробізнесу. The Caucasus. Economic and Social Analysis Journal of Southern Caucasus. 2018. Ч. 2. №. 23. С. 23-28.

44. Козака Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність: навчальний посібник Київ: Центр учбової літератури, 2019. 16 с.

45. Плотницька С. І. Конспект лекцій. Стратегії виходу організації на міжнародні ринки. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. 47 с

46. Щербак В. Г., Холодний Г.О. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства: монографія. Х.:Вид.ХНЕУ, 2013. 252 с.

47. Власова Н.О. та ін. Формування асортиментної політики підприємства роздрібно́ї торгівлі: монографія. Х.: ХДУХТ, 2009. 189 с.

48. Дима О.О. Маркетингова товарна політика посередницького підприємства: монографія. К.: КНЕУ, 2015. 431 с.

49. Гармідер Л. Д. Дослідження формування товарного асортименту підприємства. Академічний огляд. 2016. № 1. С.111–118.

50. Діденко Є.О. Управління асортиментною політикою підприємства. Ефективна економіка. 2015. № 3. URL: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3910

51. Кузнецов П. В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. Вип. 49. С. 198-204.

52. Монастирський Г. Л. Теорія організацій : підручник. Тернопіль : Крок, 2019. 368 с.

53. Марусяк Н. Л. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Чернівці : ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2020. С. 171.