

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
на тему
**«Товарна політика торговельного підприємства та
шляхи її вдосконалення»**

Виконав: здобувач 5 курсу, групи МГ-24м
Спеціальності 075 Маркетинг
Харківський Станіслав Ігорович
Керівник: Тараненко І.В.,
доктор екон. наук, проф.

**Дніпро
2026**

АНОТАЦІЯ

Харківський С.І. Товарна політика як засіб підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи формування та реалізації маркетингової товарної політики торговельного підприємства ТОВ «Комфі Трейд», здійснено комплексний аналіз товарного асортименту та маркетингового середовища ТОВ «Комфі Трейд». Запропоновано інтеграцію інструментів ABC-XYZ аналізу для сегментації товарних одиниць за рівнем прибутковості та прогнозованості попиту. Рекомендовано впровадження омніканальної моделі взаємодії зі споживачами та методів прогнозування запасів на основі великих даних (Big Data), що сприятиме зміцненню ринкових позицій та забезпеченню стійкого розвитку підприємства. Реалізація запропонованих заходів дозволить збалансувати товарні ресурси та забезпечити високий рівень лояльності клієнтів у нестабільному конкурентному середовищі.

Ключові слова: маркетингова товарна політика, товарний асортимент, торговельне підприємство, цифрова трансформація, ABC-XYZ аналіз, конкурентоспроможність, споживчий попит.

SUMMARY

Kharkivskiy S.I. Commodity policy as a means of increasing the efficiency of a trading enterprise.

The master's thesis examines the theoretical and methodological foundations for the formation and implementation of a retailer's marketing product policy, carries out a comprehensive marketing analysis of the product matrix and an audit of inventory. Based on the study, practical recommendations for optimizing product portfolio management and strategic assortment planning were developed. The integration of ABC-XYZ analysis tools for deep segmentation of product units by profitability and demand predictability is proposed. The implementation of an omnichannel model of interaction with consumers and inventory forecasting methods based on Big Data is recommended, which will help to strengthen market positions and ensure the sustainable development of the business entity. Implementation of the proposed measures will allow balancing product resources and ensuring a high level of customer loyalty in the current competitive environment.

Keywords: marketing product policy, product assortment, retailer, digital transformation, ABC-XYZ analysis, competitiveness, consumer demand.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Маркетингова концепція управління торговельним підприємством у контексті товарної політики.....	8
1.2. Організація товарної політики та асортиментного управління на торговельному підприємстві.....	13
1.3. Система контролю та оцінки ефективності товарної політики торговельного підприємства.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»	24
2.1. Загальна характеристика внутрішнього середовища ТОВ «Комфі Трейд»...24	24
2.2. Аналіз товарної політики ТОВ «Комфі Трейд»	31
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....39	39
2.3.1. Аналіз мікросередовища	40
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз	43
2.4. SWOT-аналіз ТОВ «Комфі Трейд» і обґрунтування необхідності удосконалення товарної політики	45
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД»	48
3.1. Маркетингові дослідження уподобань споживачів та формування профілів цільових сегментів	48
3.2. Розробка заходів щодо оптимізації асортиментної політики і товарного портфелю	54
3.3. Оцінка очікуваних результатів і ефективності запропонованих заходів	59
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kotler Ph., Keller K. Marketing Management. – 15th ed. – Pearson, 2016. – 800 p.
2. Крикавський Є. В., Дейнега О. В., Патора Р. Ю. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 260 с
3. Шпильова Ю. Б. Поведінка споживачів: навч. посіб. К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2021. 240 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. — К.: Лібра, 2018.
5. Войнаренко М.П., Джулій Л.В., Кузьміна О.М., Янчук Т.В. Управління розвитком інноваційних бізнес-процесів за умов використання автоматизованих інформаційних систем. Науковий журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». № 4. 2018. С. 133-148.
6. Кудирко О. Ю. Управління товарною політикою підприємства. – Львів: ЛНУ, 2019. – 210 с.
7. Божкова В.В., Птащенко О.В., Сагер Л.Ю., Сигида Л.О. Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації та ін. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 73–82.
8. Аналітика ринку побутової техніки та електроніки: звіти та публікації. Асоціація рітейлерів України. URL: <https://rau.ua/tag/comfy/>
9. Герасимчук В. Маркетингова інформаційна система: концепції та інструменти. — Київ: КНЕУ, 2021.
10. Кривенко С. В. Контроль і регулювання ефективності товарної політики підприємства. — Харків: ХНЕУ ім. Семена Кузнеця, 2023.
11. Сапельнікова Н.Л. Теоретичні основи стратегічного управління розвитком підприємства. ДонДУУ Менеджер 2016. №3(72). С. 90-101.

12. Фінансово-економічні показники та результати діяльності ТОВ «Комфі Трейд». URL: <https://nomis.com.ua/36962487-tovarystvo-z-obmezhenoiu-vidpovidalnistiu-komfi-treid>
13. Варциба В. Г., Жуковська О. А. Управління асортиментною політикою підприємств ритейлу в умовах цифрової трансформації. Економіка та суспільство. 2023. № 54.
14. Ямпольська Д.О, Старостін В.С., Коїмур А. Актуальні питання управління: Електронний маркетинг як інструмент супроводження компанії при виході на зовнішній ринок. Вісник університету № 11. 2016. С. 237-243.
15. Коваль О. В. Формування конкурентних переваг торговельних мереж на засадах сервісно-орієнтованого підходу. Причорноморські економічні студії. 2022.
16. Берко А. Ю., Кут В. В. Інформаційні системи управління товарними ресурсами в ритейлі. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2021.
17. Minshull D. Retail Marketing Strategies for Consumer Electronics: Global Trends. Journal of Business & Retail Management Research. 2023. Vol. 17. Issue 2. P. 45-58.
18. GfK Global. State of Consumer Electronics in CEE Region. [Електронний ресурс]. 2024. URL: <https://www.gfk.com/insights/>
19. Statista. Consumer Electronics - Ukraine: Market Forecast 2024-2028. [Електронний ресурс]. 2025. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/electronics/ukraine>
20. Єранкін О. О. Маркетинговий аналіз та управління товарним асортиментом у роздрібній торгівлі. Економіка та суспільство. 2022. № 38. С. 112-118.
21. Соціальний звіт та стратегія сталого розвитку ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД». Офіційний сайт COMFY. 2025. URL: <https://work.comfy.ua/>

22. Дослідження споживчих настроїв українців після повномасштабного вторгнення. Deloitte Ukraine. 2024. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/consumer-business/articles/consumer-sentiment-survey.html>
23. Аналітичний звіт: Ринок побутової техніки та електроніки України. Асоціація ритейлерів України (RAU). 2024. URL: <https://rau.ua/>
24. Hultén B. Sensory Marketing: Theoretical and Practical Implications. 2nd Edition. Sage Publications, 2020. 248 p.
25. Євтушенко Н. О. Оптимізація логістичних витрат торговельного підприємства в умовах кризи. Вчені записки Університету «КРОК». 2023. № 1 (69). С. 142-149.
26. Euromonitor International. Consumer Electronics in Ukraine: Analysis & Data. [Electronic resource]. 2024. URL: <https://www.euromonitor.com/consumer-electronics-in-ukraine/report>
27. Аналіз ринку побутової техніки України за 2022-2024 рр. Pro-Consulting. [Електронний ресурс]. 2024. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/>
28. Шибікіна Н. В. Інноваційні технології в маркетинговій товарній політиці ритейлерів. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2022. № 21. С. 88-94.
29. Тренди омніканального ритейлу та цифрова трансформація магазинів. TradeMaster.ua. 2025. URL: <https://trademaster.ua/>
30. Minshull, D. (2023). Retail Marketing Strategies for Consumer Electronics: Global Trends. Journal of Business & Retail Management Research.
31. GfK Global. (2024). State of Consumer Electronics in CEE Region. [Electronic resource]. URL: <https://www.gfk.com/insights/>
32. Statista. (2025). Consumer Electronics - Ukraine: Market Forecast 2024-2028. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/electronics/ukraine>

33. Єранкін О. О. (2022). Маркетинговий аналіз та управління товарним асортиментом у роздрібній торгівлі. Економіка та суспільство, № 38.
34. Офіційний сайт COMFY. (2025). Соціальний звіт та стратегія сталого розвитку ТОВ «КОМФІ ТРЕЙД». URL: <https://work.comfy.ua/>
35. Deloitte Ukraine. (2024). Дослідження споживчих настроїв українців після повномасштабного вторгнення. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/consumer-business/articles/consumer-sentiment-survey.html>
36. Association of Retailers of Ukraine (RAU). (2024). Аналітичний звіт: Ринок побутової техніки та електроніки України. URL: <https://rau.ua/>
37. Hultén, B. (2020). Sensory Marketing: Theoretical and Practical Implications. 2nd Edition. Sage Publications.
38. Євтушенко Н. О. (2023). Оптимізація логістичних витрат торговельного підприємства в умовах кризи. Вчені записки Університету «КРОК».
39. Euromonitor International. (2024). Consumer Electronics in Ukraine: Analysis & Data. [Electronic resource].
40. Pro-Consulting. (2024). Аналіз ринку побутової техніки України за 2022-2024 рр. [Електронний ресурс]. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/>
41. Шибікіна Н. В. (2022). Інноваційні технології в маркетинговій товарній політиці ритейлерів. Економічний вісник.
42. Comfy Market Share Analysis for November 2025. Similarweb. [Електронний ресурс]. 2025. URL: <https://www.similarweb.com/website/comfy.ua/>
43. Digital Marketing Institute. The Impact of AI on Inventory Management and Retail Planning. 2024. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/>
44. Попова Л. О. Методичний інструментарій стратегічного управління товарними запасами. Бізнес Інформ. 2021. № 4. С. 165-171.
45. Oxford Economics. Global Retail Outlook: Challenges for Consumer Durables. [Electronic resource]. 2024. URL: <https://www.oxfordeconomics.com/>

46. Марченко В. М. Економетричне моделювання попиту на товари тривалого користування. Наукові праці НДФІ. 2022. № 2. С. 104-115.
47. SmarterHQ. Retail Personalization Report: What Consumers Expect in 2024. [Electronic resource]. 2024. URL: <https://smarterhq.com/>
48. Як український ритейл адаптувався до воєнних умов: Кейси лідерів ринку. Ain.ua. 2025. URL: <https://ain.ua/>
49. Vargo S. L., Lusch R. F. Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities. Cambridge University Press, 2021. 234 p.
50. Тараненко І.В., Науменко В.С., Шевченко В.М., Яременко С.С. Аналіз конкурентної ситуації на ринку для формування стратегічного вектору розвитку підприємства. Академічний огляд. 2025. №1 (62). С. 211-226. DOI: <https://doi.org/10.32342/3041-2137-2025-1-62-15>
51. Мостова А.Д., Тараненко І.В., Щолокова Г.В. Цифрова трансформація бізнесу і суспільства: роль цифрових навичок. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2023. Випуск 4 (41) С 51-57. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.41-8>
52. Яременко С.С., Тараненко І.В., Шевченко В.М., Кузьменко М.О. Інфлюенс-маркетинг як ефективний інструмент залучення споживачів. Європейський вектор економічного розвитку. 2023. Вип. № 2 (35). С. 125-142. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2023-2-35-10>
53. Шевченко В.М., Тараненко І.В., Яременко С.С., Хріпко Д.О. Конкурентний бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства. Агросвіт. 2023. № 18. С. 43-50. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2023.18.43>
54. Тараненко І.В., Мілютін О.О., Щолокова Г.В., Яременко С.С. Створення портрету споживача для вибору ефективних каналів маркетингової комунікації. Ефективна економіка. 2023. № 3. Електронне видання. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.3.10>

55. Шевченко В.М., Тараненко І.В., Яременко С.С., Мусаєв Р.А. Аналіз асортиментної політики торгового підприємства та напрями її вдосконалення. Європейський вектор економічного розвитку. 2023. Вип. № 1 (34). С. 119-132. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2023-1-34-9>
56. Тараненко І.В., Мішустіна Т.С., Яременко С.С. Стратегічні інноваційні орієнтири маркетингової комунікаційної діяльності підприємств країн ЄС та України. Нобелівський вісник. 2021. №1 (56). С. 92-106. DOI: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2021-1-14-9>
57. Тараненко І.В., Лимонова Е.М., Ключник Р.М. Конкурентні бізнес-стратегії підприємств країн ЄС в умовах економічної нестабільності. Академічний огляд. 2024. №2 (61). С. 299-315. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2024-2-61-21>
58. Shevchenko V., Taranenko I., Yaremenko S., Mishustina T., Poprotskyu O., Mostova A. Trends in Digital Marketing in the Context of Information Society Development. Postmodern Openings. 2022. No 13(2). Pp. 448-460. DOI: <https://doi.org/10.18662/po/13.2/46>
59. Hurzhyi, N., Mishustina, T., Kulinich, T., Dashko, I., Harmider, L., & Taranenko, I. The Impact of Innovative Development on the Competitiveness of Enterprises. Postmodern Openings. 2021. No 12(4). Pp. 141-152. DOI: <https://doi.org/10.18662/po/12.4/365>
60. Iryna Taranenko, Valentyna Chychun, Olha Korolenko, Iryna Goncharenko, Iryna Zhuvahina. Management of the Process of E-Commerce Development in Business on the Example of the European Union. Studies of Applied Economics. 2021. Vol. 39. No 5. DOI: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.4911>