

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«ОПТИМІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ
ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-20-1

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Алімов Владислав Олегович

ПІБ

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

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ *

Алімов В.О. Оптимізація маркетингової товарної політики підприємства

У даній роботі досліджено теоретичні засади маркетингової товарної політики підприємства, зокрема стратегії формування асортименту товарів, ціноутворення та управління якістю продукції та послуг. На прикладі господарської діяльності ПП «Царичанська кондитерська фабрика» проведено аналіз ринку виробництва кондитерських виробів, позиціонування та сегментування послуг компанії, а також SWOT-аналіз. У заключному розділі розроблено конкретні заходи для оптимізації маркетингової товарної політики на підприємстві, включаючи впровадження програм та стратегій, аналіз результатів та оцінку економічної ефективності.

Ключові слова: маркетингова товарна політика, стратегії, асортимент, ціноутворення, управління якістю, аналіз ринку, позиціонування, SWOT-аналіз, оптимізація.

SUMMARY

Alimov V.O. Optimization of the marketing and product policy of the enterprise

This work explores the theoretical aspects of the marketing product policy of an enterprise, the strategy of forming a product range, pricing and management of products and services. In the context of the government's activities of the PP "Tsarychanska Confectionery Factory", an analysis of the market for the production of confectionery products, positioning and segmentation of the company's services, as well as a SWOT analysis were carried out. The final section has specific approaches for optimizing the marketing product policy of an enterprise, including the implementation of program strategies, analysis of results and assessment of economic efficiency.

Key words: marketing product policy, strategies, assortment, pricing, inventory management, market analysis, positioning, SWOT analysis, optimization.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми : Триторія, 2022. 158 с
2. Шевченко А. В., Борисенко О. С., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетингова товарна політика : практикум. Київ : НАУ, 2022. 68 с.
3. Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю. Теоретичні підходи до розуміння сутності маркетингової товарної політики підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. № 66. С. 149–158.
4. Руденко О., Сергієнко О. Сучасні підходи до маркетингової товарної політики, рекламного креативу, мерчандайзингу як запорука ефективного менеджменту. Економіка та суспільство. 2021. № 32.
5. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
6. Ілляшенко Н. (2019). Впровадження концепції інноваційного ринку в діяльність промислових підприємств. Впровадження концепції інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій, (1), 28-33 с.
7. Ілляшенко Н. (2018). Організаційно-економічні засади інноваційного ринку промислових підприємств. Організаційно-економічні основи інноваційного маркетингу промислових підприємств: Монографія. Суми: Сумський державний університет. 192 с.
8. Барабанова В. Інноваційний маркетинг : навч. посіб. / В.Барабанова, Г.Богатирьова. – Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2022. – 145 с.
9. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення / О.А. Біловодська // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – № 2. – С. 85–97.
10. Буряк, П. Маркетинг [Текст]: навч. посібник / П. Буряк, Б. Карпінський, Я. Карпова; М-во освіти і науки України, Львів. держ. фінан. акад. – К.: ВД «Професіонал», 2019. – 318 с.

11. Гаркавенко, С.С. Маркетинг [Текст]: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2018. – 712 с
12. Ільченко Т. Маркетингова комунікаційна політика: сутність та особливості на промисловому підприємстві / Т.Ільченко, Л.Помазан // Економіка та суспільство. – 2022. – № 43.
13. Кавтиш О.П. Управління маркетинговою політикою підприємства з метою забезпечення його сталого розвитку / О.П. Кавтиш, К.А. Кода // Сучасні проблеми економіки і підприємництва : збірник наукових праць. – 2020. – Вип. 25. – С. 103–110
14. Король І.В. Маркетингові комунікації : навчально-методичний посібник / уклад. І.В. Король. – Умань : Візаві, 2018. – 191
15. Інформація про ПП «Царичанська кондитерська фабрика» URL: <https://www.ua-region.com.ua/35852193>
16. Маркетингова товарна політика : практикум / А.В. Шевченко, О.С. Борисенко, Ю.В. Фісун, О.М. Крапко. – К. : НАУ, 2022. – 68 с.
17. Сенишин О.С. Маркетинг : навч. посіб. / О.С. Сенишин, О.В. Кривешко. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. – 347 с.
18. Тичинська А.І., Наумова М.А. Дослідження ринку кондитерських виробів України. Вісник СНТ. 2022. Вип. 9. С. 122126. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/4859>
19. . Інформаційно-аналітичний звіт про ринки кондитерських виробів за квітень-травень 2019 р. Офіційний сайт Ukrainian Food Export Board. URL: <http://www.ukrainian-food.org/uk/post/informacijno-analiticnij-zvit-po-rinkam-konditerskih-virobiv-za-travencerven>
20. . Del Prete M., Samoggia A. Chocolate consumption and purchasing behaviour review: Research issues and insights for future research. Sustainability. 2020. Vol. 12 (14). 5586. URL: <https://doi.org/10.3390/su12145586>
21. Кільницька О.С., Кравчук Н.І., Куцмус Н.М. Ринок кондитерської продукції в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Економіка АПК. 2022. № 11. С. 2943.

22. Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. «Економіка та суспільство». 2023. Вип. 13. С. 381387
23. Офіційний сайт компанії «ABK» URL: <https://www.avk.ua/ua/uk>
24. Шоколад. Опитування споживачів. 2023 р. URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf5yDPEBR__dUhXuSpYWs6Ip1041bzZ-O1PVVZs70sXm9G92Q/closedform
25. Офіційний сайт компанії «Рошен» URL: <https://www.roshen.com/ua>
26. Офіційний сайт компанії «Міленіум» URL: <https://millennium.dp.ua/ua/>
27. Погоріла Л.М. Ключові фактори і принципи соціально відповідального споживання. БізнесІнформ. 2017. № 2. С. 30–34.
28. Парій Л. В. Стратегії просування продукції сиру на український споживчий ринок. Глобальні та національні проблеми економіки. 2019. № 11. С. 176–181.
29. Органічне виробництво в Україні. Інформаційно-аналітичний портал АПК України. 2020. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/organichne-irobnictvo/organichnevirobnictvo-v-ukrayini>
30. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2017. 240 с.
31. Муха Р.А. Особливості здійснення маркетингової діяльності підприємствами. Ефективна економіка. 2019. № 5. С. 48–54.
32. Криковцева Н.О., Сакісян Л.Г., Біленький О.Ю., Кортельова Н.В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ : Знання, 2019. 183 с.
33. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Товарна інноваційна політика: підручник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 281 с.
34. Ілляшенко С.М., Пересадько Г.О. Маркетингова товарна політика промислового підприємства. Управління стратегіями диверсифікації: монографія. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 328 с.
35. Загорулько В.М., Шевченко А.В., Борисенко О.С. Промисловий маркетинг : навч. посіб. Київ : НАУ, 2018. 356 с.

36. Антонченко М.Ю., Кардаш В.Я., Павленко І.А., Шафалюк О.К., Василькова Н.В. Товарна інноваційна політика. Київ : КНЕУ, 2019. 391 с.

37. Венета Л. С. Удосконалення товарної політики підприємства на основі маркетингу. URL: www.chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgl-clcfindmkaj/viewer.html?pdfurl.

38. Hristo Katrandjiev. Ecological Marketing, Green Marketing, Sustainable Marketing: Synonyms or an Evolution of Ideas? Economic Alternatives. 2018. № 1. P. 71–82.

39. Череп О. Г., Коцеруба А. В. Формування системи маркетингової товарної політики. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 1. С. 320–323.

40. . Кириченко С.О., Половинка К.І. Принципи формування асортиментної політики. Агросвіт. 2021. № 1–2. С. 9094. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.1-2.90>

41. Хурдей В. Д., Даценко В. В., Семенова Л. Ю. Вплив маркетингової товарної політики на поведінку споживачів в умовах кризи. Економічний простір. 2021. № 165. С. 96–100.

42. . Дем'яненко К.А. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах. Молодий вчений. 2019. № 9 (36). С. 4550.

43. Кузьминчук Н. В., Куценко Т. М., Терованесова О. Ю. Теоретичні підходи до розуміння сутності маркетингової товарної політики підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. № 66. С. 149–158.

44. Лісений Є. В., Дяченко Ю. І. Управління та шляхи удосконалення маркетингової товарної політики підприємства. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 32. 6 с.

45. Дячков Д. В., Потапюк І. П., Яковенко І. О. Особливості товарної політики підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. № 27. С. 46–51.

46. Жайворонок Л. В. Маркетингова товарна політика в системі сучасного концептуального забезпечення управління підприємництва. Електронний журнал «Ефективна економіка». 2015. № 12. 6 с.

47. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2023. 304 с.

48. . Коляденко І.І., Кавтиш О.П. Аналіз кризових явищ на підприємствах кондитерської галузі в сучасних умовах. «Сучасні проблеми економіки і підприємництва», 2017. Вип. 20. С. 203210

49. Безугла Л. С., Агафонов О. Д., Гладкий Д. Р. Формування маркетингової товарної політики підприємства. Інфраструктура ринку. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 35. С. 133–137.

50. Смаглюк А.А., Надточій А.О. Аналіз ринку кондитерських виробів України та перспективи його розвитку. International Scientific Journal “Internauka”. Series: “Economic Sciences”. 2020. URL: https://www.internauka.com/uploads/public/1582396_1346397.pdf

51. Власенко О.П. Маркетингові тенденції ідентифікації профілю споживача на ринку кондитерських виробів. Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. 2011. № 1(28). Т. 2. С. 7380