

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**  
**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

### **«Товарно-інноваційна політика підприємства малого бізнесу в умовах цифровізації»**

Виконав: здобувач 2

курсу, групи МГ - 23 м

Спеціальності 075 Маркетинг

Туценко Ростислав Ігорович

Керівник:

Дубницький В.І. д.е.н., професор

**Дніпро**  
**2025**

## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота магістра на тему «Товарно-інноваційна політика підприємства малого бізнесу в умовах цифровізації» присвячена аналізу теоретико-методичних основ формування товарної політики підприємств малого бізнесу та розробці практичних рекомендацій щодо її вдосконалення в умовах цифрової трансформації.

У роботі досліджено сутність товарної політики, визначено фактори управління товарним асортиментом, а також проведено SWOT-аналіз діяльності ТОВ «Стекломікс». Особливу увагу приділено використанню цифрових технологій у формуванні асортиментної матриці, автоматизації процесів управління та впровадженню інноваційних підходів для підвищення конкурентоспроможності.

Практичні рекомендації спрямовані на розширення асортименту продукції, вдосконалення маркетингової стратегії та посилення ролі цифрових інструментів у реалізації товарної політики. Впровадження запропонованих заходів сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства та його адаптації до змін ринкового середовища.

Ключові слова: товарно-інноваційна політика, малий бізнес, цифровізація, маркетинг, асортиментна матриця, конкурентоспроможність, SWOT-аналіз.

## ANNOTATION

The master's qualification thesis titled "Product and Innovation Policy of Small Business Enterprises in the Context of Digitalization" focuses on analyzing the theoretical and methodological foundations of product policy formation for small businesses and developing practical recommendations for its improvement under digital transformation conditions.

The study examines the essence of product policy, identifies factors for managing product assortment, and conducts a SWOT analysis of the activities of LLC "Steklomiks." Special attention is paid to the use of digital technologies in creating the assortment matrix, automating management processes, and implementing innovative approaches to enhance competitiveness.

Practical recommendations are aimed at expanding the product range, improving the marketing strategy, and strengthening the role of digital tools in implementing the product policy. Implementing the proposed measures will improve the enterprise's efficiency and adaptability to changes in the market environment.

Keywords: product innovation policy, small business, digitalisation, marketing, assortment matrix, competitiveness, SWOT analysis.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ВСТУП.....                                                                                                            | 6   |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ<br>ТОВАРНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА МАЛОГО<br>БІЗНЕСУ.....  | 9   |
| 1.1. Сутність товарної політики підприємства у сфері малого і<br>середнього бізнесу.....                              | 9   |
| 1.2. Особливості визначення маркетингової товарної політики в<br>умовах цифровізації.....                             | 23  |
| 1.3. Ризикові характеристики товару і фактори управління товарним<br>асортиментом.....                                | 31  |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА<br>МАЛОГО БІЗНЕСУ.....                                            | 44  |
| 2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього<br>середовища підприємства.....                          | 44  |
| 2.2. Огляд основних тенденцій сегменту ринку.....                                                                     | 47  |
| 2.3. Аналіз товарної номенклатури підприємства і оцінювання<br>комерційних перспектив.....                            | 56  |
| 2.4. SWOT– аналіз господарської діяльності в умовах цифровізації..                                                    | 70  |
| РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРАМИ<br>АСОРТИМЕНТОМ І МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ<br>ПІДПРИЄМСТВА..... | 81  |
| 3.1. Розробка асортиментної концепції.....                                                                            | 81  |
| 3.2. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності в умовах<br>впливу цифровізації.....                           | 94  |
| 3.3. Особливості організації створення нового товару і планування<br>товарного асортименту.....                       | 105 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                         | 117 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                                                       | 119 |
| ДОДАТКИ.....                                                                                                          | 124 |

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Крикавський Є. Дейнега І. Дейнега О. Косар Н. Маркетингова товарна політика: підручник. Львів: Вид-во Львівської полтехники, 2022, 376с.
2. Управління інноваційною діяльністю. Основи інноваційного менеджменту: магістерський курс: підручник /за заг. ред. д.е.н., проф. С.М Ілляшенка. Суми: Університетська книга, 2014, 856с.
3. Чухрай Н.І. Товарна інноваційна політика: управління інновацією на підприємстві: підручник К.: Кондор, 2016. 320с.
4. Ковальчук С.В. Інноваційний маркетинг (товарна інноваційна політика: курс лекцій для студентів спец. «Маркетинг». Хмельницький: ХНУ, 2016, 230с.
5. Маркетинг: навч. посібник /А.О.Старостіна, В.А. Кравченко, О.Ю. Пригара, Л.О. Ярош-Дмитренко; за заг.ред д.е.н., проф. А.О. Старостиної. К.: НВП «Intercept», 2018. 340с.
6. Мартиненко А.В., Перерва П.Г. Формування маркетингових стратегій для інноваційних товарів на окремих їх життєвого циклу. Маркетинг і цифрові технології. 2021. Т.5.№1. С. 6-16
7. ACQ Z.J., Andzetch D.B., Lehmann E.E. National Systems in innovation. Journal of Technology Transfer. 2017, vol.42,№5. p. 997-1008.
8. Лановська Г.І . Інноваційна екосистема: сутність та принципи. Економіка і суспільство. 2017, вип. 11,С 257-262.
9. Закон України «О розвитку й державної підтримки малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012р. №4618-VI.
- 10.Oklander M. Marketing in the era of the digital economy. Digital transformation: challenges and benefits for the economy and Society: monograph: edited I. Kalashnik. Katowice: Poland, 2023. Pp. 204-211.
- 11.Shajjlieva M.M. Marketing aspects of the formation of a commodity policy of small businesses. Vistnik MFYA. 2021 №3, p 134-138

- 12.Kapoor N, Jain M. Prasad R. Digital Marketing Strategies and the Behaviour of Millenials. International Journal of Economic Research, 2017. Nol 14. N16. p. 109-118
- 13.Kannan P.K, Li H.A. Digital marketing: A framework, review and research agenda. International Journal of Research in Marketing, 2017, №34, p. 24-45
- 14.Torres P., Gudunko P. Leves of necessity of entrepreneurial ecosystems elements. Small Business Economics. 2022, Vol. 55, №1., p.25-45
- 15.Sung Y., Escobaro O., Arrubiaga A. DeMassis. A. The digital transformation of the traditional market into and entrepreneurial ecosystems. Review of Managarial Science, 2022. Vol. 16, №1, p.65-88.
- 16.Бистряков І.К Платформна економіка просторових бізнес-екосистем як інноваційний тренд сталого розвитку. Наука та наукознавство. 2019, №3 (195). С. 3-25.
- 17.Коваленко. Ю.О. Передумови розвитку інформаційного суспільства. Прометей, 2009, Вип. 2(29). С. 176-169
- 18.Савельєв Є.В. Маркетинг нового продукту. Тернопіль: ТІНГ. 1994, 304с.
- 19.Sahut I.M., Iandoli L., Teulon F. The age of digital entrepreneurship. Small Business Economy. 2021, Vol. 56, №3. p.1159-1169.
- 20.Чернов С.О. Товарно-інноваційна політика підприємства: навч. посіб. Донецьк: ДонДуу, 2008, 163с.
- 21.Біловодська О.А., Сигида Л.О. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на іноваційних засадах: монографія. К.: вид-во «Центр навчальної літератури», 2017, 234с.
- 22.Краус. Л. М. Електронна комерція та Internet-торгівля: навч. метод. посіб. К.: АграрМедіаГруп., 2021, 454с.
- 23.Маркетинг інновацій у стійкому розвитку прикордонного регіону: монографія/за ред. М.М.Меркулова. Одеса; Ізмаїл; НУ «Одеська Політехника», Фенікс, 2023, 168с.

24. Новаківський І.І Система управління підприємством в умовах інформаційного суспільства: монографія. Львів: вид-во “Львівської політехники”, 2016. 316с.
  25. Захарченко В.І., Єрмак С.О., Онешко С.В. Теорія створення і функціонування організаційно-технологічних систем у високотехнологічному виробництві, монографія; за ред. ден. проф. В.І.Захарченко. Одеса: Фенікс, 2022, 324с.
- Література до розділу 2.
26. Ovchinnikova A., Zinin S. The birth of the concept of entrepreneurial ecosystems and its evolution. Small Business Economy, 2021, Vol. 53, n. 3. Pp. 569-590
  27. Красовська Т.В. Методичні засади формування механізму товарного асортименту на виробничих підприємствах. Економіка та держава. 2016, № 2. С. 67-71.
  28. Гаромідер І.Д. Дослідження формування товарного асортименту підприємства. Академічний огляд, 2016, №1. С 111-118.
  29. Діденко Є.О. Управління асортиментною політикою підприємства. Ефективна економіка, 2015, №3
  30. Троян А.В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. Ефективна економіка, 2014. №1
  31. Белеков О.Н Типологія методів управління асортиментом продукції Сучасна економіка: проблеми і рішення 2016, №1, с. 69-76
  32. Царьов В.В, Калтарович А.А. Електронна комерція: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2011, 216с.
  33. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Товарна інноваційна політика: підручник Суми: ВТД «Університетська книга», 2007, 281с.
  34. Бриндіна О.А. Товарна політика підприємств в умовах маркетингової орієнтації : Дис... к.е.н: 08.06.01 / ДДУЕТ ім. М.Туган-Барановського. Донецьк: 2004., 247с.

- 35.Цифрова економіка: підручник/А.Ю.Голобородько, О.Ю. Гусєва, С.В. Легомінова. К.: вид-во ДУТ, 2020. 400с.
- 36.Ketonen-OKS; S., Volkokari K. Innovation ecosystems as structures for Value co-creation. Technology Innovation Management Review, 2019, Vol.9,no.2, 25-35
- 37.Бондаренко І.В., Дубницький В.І. Сучасний маркетинг (у схемах, малюнках, таблицях, термінологічних поясненнях): навч.посіб. Донецьк: вид-во Юго-Восток, 2001, 354с.
- 38.Краус В.В., Краус Н.В Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навч. метод. посіб. К.: АграрМедіаГруп, 2021. 454с.
- 39.Ian W.Wiktor Promocja: System Komunikacy: przedsiebiorstwa z rynkiem. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001, 480s.
- 40.Engel J.F, Warshaw M.R., Kinnear T.C. Promotional Strategy: Managing the Marketing Communications Process. Irwin, Homewood, 1991, 604p.
- 41.Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / за ред. д.е.н. проф. С.М. Іллященка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. 615с.
- 42.Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів: монографія. К.: КНЕУ, 2005, 226 с.
- 43.Окландер М.А., Чукурма О.П. Маркетингова цінова політика: навч.посіб. К.: ЦУЛ, 2012, 256.с
- 44.Конкуренция, конкурентноспособность, рыночная номенклатура: учеб. пособие В.І. Дубницький В.И., В.В Комирная, Н.Ю. Науменко, О.В. Овчаренко; под науч. и общ. ред. д.е.н, проф. В.І. Дубницького. Днепропетровск: ГВУЗ «УГХТУ», 2016. 400с.
- 45.Лепа Р.М. Ситуаційний механізм підготовки і прийняття управлінських рішень на підприємстві: методологія, моделі и методи: монографія, Донецьк: ІЕП, НАН України, вид-во “Юго-Восток”, 2006. 420с.
- 46.Балабанова І.В Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємства: навч. посіб К.: «Професіонал», 2006, 336с.

47. Кузнецов П.В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємств в умовах інформаційної економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості, 2015, № 49, с. 198-204
48. Маркетингова товарна політика: підручник/Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора – 3 – тє вид., доп. і перероб. Львів: вид-во Львівської політехніки, 2012. – 360с.
49. Зарахченко Вит. І., Корсікова Н.М., Меркулов. М.М Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2012, 448с.
50. Michael Porter. On competition Harvard Business Review Book, 1985. 490p.
51. Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юктури: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2014. 345с.
52. Дейнега І.О. Сучасні тренди в управлінні товарною політикою поліграфічних підприємств, науковий вісник УЖНУ, серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство», 2018, Вип. 18. С. 140-148
- 53.