

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

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

**«ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ  
ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-21

Спеціальності 075 Маркетинг

*шифр і назва*

Мельник Ілля Миколайович

*ПІБ*

Керівник: Мішустіна Т.С., канд. е. н., доцент

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

**Дніпро**

**2025**

## АНОТАЦІЯ \*

### **Мельник І.М. Особливості маркетингової товарної політики на різних стадіях життєвого циклу товару**

У цій роботі досліджено теоретичні аспекти маркетингової політики на різних стадіях життєвого циклу товару. Перший розділ розглядає визначення товару та його значення в контексті маркетингу, огляд життєвого циклу товару та застосування маркетингової політики на кожному етапі. На прикладі господарської діяльності компанії ТОВ "Sofa" проведено аналіз мебельного ринку України, визначено позиціонування та сегментування послуг компанії, а також здійснено SWOT-аналіз. У заключному розділі розглянуто шляхи вдосконалення маркетингової політики компанії на різних стадіях життєвого циклу товару, здійснено аналіз життєвого циклу товарів компанії, розроблено заходи для вдосконалення маркетингової політики та оцінено їхню економічну доцільність.

**Ключові слова:** маркетингова політика, життєвий цикл товару, аналіз ринку, позиціонування, SWOT-аналіз, вдосконалення, економічна доцільність.

## SUMMARY

### **Мельник І.М. Особливості маркетингової товарної політики на різних стадіях життєвого циклу товару**

У цій роботі досліджено теоретичні аспекти маркетингової політики на різних стадіях життєвого циклу товару. Перший розділ розглядає визначення товару та його значення у контексті маркетингу, огляд життєвого циклу товару та застосування маркетингової політики на кожному етапі. На прикладі господарської діяльності компанії ТОВ "Sofa" проведено аналіз меблевого ринку України, визначено позиціонування та сегментування послуг компанії, а також здійснено SWOT-аналіз. У заключному розділі розглянуто шляхи удосконалення маркетингової політики компанії на різних стадіях життєвого циклу товару, здійснено аналіз життєвого циклу товарів компанії, розроблено заходи для удосконалення маркетингової політики та оцінено їх економічну доцільність.

**Ключові слова:** маркетингова політика, життєвий цикл товару, аналіз ринку, позиціонування, SWOT-аналіз, удосконалення, економічна доцільність.

## ЗМІСТ:

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ	6
1.1. Визначення товару в контексті маркетингу та його значення.	6
1.2. Огляд життєвого циклу товару: етапи та різновиди.	12
1.3. Застосування маркетингової політики на різних етапах життєвого циклу товару.	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «SOFA» .....	19
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «Sofa» .....	19
2.2. Аналіз мебельного ринку України .....	33
2.3. Позиціонування та сегментування послуг компанії .....	43
2.4. SWOT-аналіз господарської діяльності ТОВ «Sofa» .....	47
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМПАНІЇ ТОВ «SOFA» НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ .....	39
3.1. Аналіз життєвого циклу товарів компанії ТОВ «Sofa» .....	49
3.2. Заходи щодо вдосконалення маркетингової політики підприємства на різних стадіях життєвого циклу товару .....	50
ВИСНОВКИ .....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	66