

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

## «ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ»

Виконала: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2

Спеціальності 075 Маркетинг

Полковникова Тетяна Ігорівна

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

Дніпро

2023

## АНОТАЦІЯ

**Полковникова Т. І. Товарна політика підприємства та шляхи її вдосконалення.**

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи маркетингової товарної політики підприємства, здійснено маркетинговий аналіз, розроблено рекомендації щодо її вдосконалення. З урахуванням специфіки продукції підприємства «АТБ-маркет» та конкурентних умов запропоновано впровадження товарної моделі організації відділу маркетингу, рекомендовано проводити маркетинговий аудит діяльності власними силами двічі на рік, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства «АТБ-маркет» на ринку.

**Ключові слова:** маркетингова товарна політика підприємства, комплекс маркетингу, маркетинговий аналіз підприємства.

## SUMMARY

**Polkovnykova T.I. Product policy of the enterprise and ways of its improvement.**

The qualification bachelor's thesis considers the development of measures to improve the marketing product policy were considered, a marketing analysis was carried out, and recommendations were developed for improving the organization of the marketing activities of the "ATB-market" company. Taking into account the specifics of the products of the "ATB-Market" enterprise and competitive conditions, it is proposed to introduce a product model of the organization of the marketing department, it is recommended to conduct a marketing audit of the company's activities twice a year, which will contribute to increasing the competitiveness of the "ATB-Market" enterprise on the market.

**Keywords:** marketing product policy of the enterprise, marketing complex, marketing analysis of the enterprise.

## ЗМІСТ

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП                                                                                  | 6  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ<br>ПОЛІТИКИ ПІДПРЕМСТВА             | 8  |
| 1.1. Сутність маркетингової товарної політики.....                                     | 8  |
| 1.2. Процес формування маркетингової товарної політики.....                            | 13 |
| 1.3. Стратегічні напрямки реалізації товарної політики.....                            | 17 |
| РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ<br>ПОЛІТИКИ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....      | 21 |
| 2.1 Характеристика господарської діяльності підприємства.....                          | 21 |
| 2.2. Аналіз та оцінка маркетингової товарної політики ТОВ<br>«АТБ-МАРКЕТ».....         | 24 |
| .....                                                                                  |    |
| 2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство.....                                      | 31 |
| 2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції.....                              | 35 |
| 2.5. SWOT-аналіз.....                                                                  | 44 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ<br>ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»..... | 47 |
| 3.1. Заходи щодо вдосконалення маркетингової товарної політики<br>підприємства.....    | 47 |
| 3.2. Економічна ефективність від запровадження запропонованих<br>заходів.....          | 59 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                          | 61 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                        | 63 |
| ДОДАТКИ.....                                                                           | 70 |