

**Міністерство освіти і науки України**  
Мукачівський державний університет

Кафедра обліку і оподаткування та маркетингу

## **МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА РОБОТА**

на тему:

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГУ**

**Виконала**

студентка II курсу  
групи М – 2м (з)  
освітнього ступеня «Магістр»  
спеціальності 075  
«Маркетинг»

\_\_\_\_\_ Кручак Людмила Володимирівна

**Науковий керівник**

к.е.н., ст. викладач

\_\_\_\_\_ Голубка Ярослав Володимирович

*Робота допускається до захисту:  
Завідувач кафедру обліку  
і оподаткування та маркетингу  
д.е.н., професор*

\_\_\_\_\_ Реслер М.В.

**Мукачево - 2019**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ...</b>	6
1.1. Сутність товарної політики, її основні функції та завдання.....	6
1.2. Фактори, що впливають на формування маркетингової товарної політики .....	15
1.3. Особливості оцінювання ефективності маркетингової товарної політики.	21
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «Fruit Master Foods».....</b>	32
2.1 Характеристика господарської діяльності підприємства ТОВ «Fruit Master Foods».....	32
2.2 Аналіз асортименту продукції підприємства ТОВ «Fruit Master Foods».....	51
2.3. Дослідження ринку соків в Україні із застосуванням SWOT-аналізу.....	60
<b>РОЗДІЛ 3. НАПРЯМ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «Fruit Master Foods».....</b>	73
3.1 Маркетингове забезпечення товарної політики підприємства.....	73
3.2. Рекомендації щодо оптимізації асортименту підприємства із застосуванням БКГ.....	79
3.3. Рекомендації щодо запровадження нових товарів на соковому підприємстві.....	84
ВИСНОВКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	93
ДОДАТКИ.....	102

## ВСТУП

Актуальність дослідження визначається тим, що в умовах ринкової економіки цілеспрямоване формування товарної політики підприємства є одним із засобів підвищення конкурентоспроможності підприємства. В умовах ринкової економіки підприємства отримали можливість самостійно формувати свою економічну стратегію, знайти відповіді на наступні питання: які види продукції виробляти, в якій кількості, як і якими засобами, для кого і коли виробляти.

Сучасний стан досліджень з проблематики формування товарної політики та її оцінки характеризується значним розвитком теоретичних і практичних основ та достатньою кількістю праць вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких Мозковий О., Чейз Р., Отт Р., Мозковий О., Гаркавенко С., Чухрай Н., Мороз Л., Кредисов А., Котлер Ф., Герасимчук В., Кардаш Я. В своїх працях вчені розкрили суть та значення товарної політики підприємства, суть та підходи до управління товарним асортиментом, подали етапи його формування, а також методи оцінки ефективності товарної політики підприємства.

**Метою** даного дослідження є аналіз теоретично-методичних основ та практичних аспектів оцінювання маркетингової товарної політики підприємства (на прикладі ТОВ «Fruit Master Foods») і вироблення напрямів її покращення. Для досягнення цієї мети були поставлені наступні **завдання**:

- розглянути сутність товарної політики, її основні функції та завдання;
- дослідити фактори формування маркетингової товарної політики на ринку та методики оцінювання її ефективності;
- розглянути особливості оцінювання ефективності маркетингової товарної політики ТОВ «Fruit Master Foods»;
- проаналізувати товарну політику підприємства ТОВ «Fruit Master Foods»;

–

- дослідити фактори, що впливають на маркетингову товарну політику підприємства ТОВ «Fruit Master Foods»;
- оцінити ефективність маркетингової товарної політики підприємства ТОВ «Fruit Master Foods»;
- розробити стратегічну програму розвитку маркетингової товарної політики підприємства ТОВ «Fruit Master Foods»;
- запропонувати та обґрунтувати напрями оптимізації комплексних заходів зі зниження негативного впливу факторів на маркетингову товарну політику підприємства;
- виробити рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової товарної політики підприємства ТОВ «Fruit Master Foods».

**Об’єктом дослідження** є маркетингова товарна політика підприємства ТОВ «Fruit Master Foods».

**Предметом дослідження** є економічно-організаційні напрями удосконалення маркетингової товарної політики підприємства ТОВ «Fruit Master Foods».

В ході дослідження використаний метод порівняння, метод статистичного аналізу, метод групування, графічний метод, метод класифікації, метод АВС-аналізу, метод моделювання, спостереження, метод опитування.

**Теоретико-методологічною основою** даного дослідження стали положення сучасної економічної теорії, що відноситься до формування перспективної товарної політики підприємств. В ході дослідження вивчено та узагальнено вітчизняні та закордонні літературні джерела з питань, що стосуються методів формування та аналізу товарної політики підприємства та засобів його розширення, а також дані статистичної звітності досліджуваного підприємства.

**Практичне значення** отриманих результатів дослідження полягає у виявленні слабких місць товарної політики та розробленні рекомендацій з її

удосконалення шляхом розширення асортиментної лінійки, а саме виробництва нових видів соків, узварів та сокових продуктів. Висновки і рекомендації, запропоновані у дипломній магістерській роботі, схвалені і впроваджені у практику діяльності ТОВ «Fruit Master Foods». Впровадження результатів дипломної магістерської роботи у практику підтверджується довідкою про впровадження (довідка № 109 від 14.12.2019 р.).

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати дослідження були розглянуті та схвалені на VII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю» (Мукачево, 19 листопада 2019 р.)

**Структура дипломної магістерської роботи.** Робота складається з вступу, трьох розділів і висновків, загальним обсягом 102 сторінок основного тексту, а також 11 таблиць і 30 рисунків та списку використаних джерел із 89 найменувань.

## ВИСНОВКИ

У дипломній роботі наведено теоретичне узагальнення і вирішення актуальної проблеми удосконалення інноваційної товарної політики підприємства ТОВ «Fruit Master Foods» на вітчизняному ринку. Це дозволяє сформулювати основні висновки та пропозиції.

В умовах ринкової економіки підвищується роль маркетингової товарної інноваційної політики, що обумовлено загостренням конкурентної боротьби за ринки збуту товарів; посиленням уваги споживачів до якості товарів, їх марки, обслуговування, упаковки; збільшенням темпу росту появи нових товарів і товарів-замінників; підвищенням ролі стимулювання збуту і реклами.

Виявлено, що у сучасній економічній літературі неоднозначно трактується поняття «товарна політика». Запропоновано визначення маркетингової товарної політики, як маркетингової діяльності підприємства, яка здійснюється в рамках визначення і задоволення потреб споживачів як засобу досягнення його стратегічних і тактичних цілей, та пов'язана з розробкою та впровадженням нових, обслуговуванням існуючих та вилученням застарілих товарів.

Окреслено основну мету інноваційної товарної політики як спосіб заздалегідь забезпечити узгодженість рішень і методів; формування оптимальної асортиментної структури з урахуванням поточних витрат і довгострокових цілей; підтримка конкурентоспроможності товарів; знаходження для товару оптимальних ринкових ніш (сегментів); розробка і впровадження стратегії маркування і обслуговування.

Охарактеризовано основні складові маркетингової товарної політики та визначено їх роль у діяльності підприємств, яка полягає у створенні стійких конкурентних переваг, що допомагають завоювати споживачів, постійному підвищенні якості продукції, розширенні асортименту продукції, а відтак – підвищенні рівня задоволеності споживача. На нашу думку, перевага досягається завдяки формуванню асортименту, який би за своїми

характеристиками перевершував пропозиції конкурентів, що можна досягнути за допомогою постійного контролю якості товарів. Формування конкурентних переваг дасть змогу стабілізувати або збільшити частку ринку, отримати прибуток і випередити конкурентів або втримати свою позицію лідера.

Доведено, що вирішення завдань товарної політики на будь-якому господарському рівні потребує стратегічного підходу. Це означає, що будь-яке рішення у вказаній сфері повинно ухвалюватися не тільки з погляду поточних інтересів, але і з урахуванням того, як воно «працює» на кінцеві цілі. Таким чином, підприємству необхідно мати та постійно удосконалювати товарну стратегію, що дозволить їй забезпечити стійку структуру асортименту, постійний збут і стабільний прибуток. Товарна стратегія повинна розроблятися на перспективу та включати три стратегічних напрямки (інновація товару, варіація товару, елімінація товару), що у підсумку допоможе вирішити проблему як раціональної організації роботи в рамках наявного асортименту, так і проблеми заміщення товарів, які підлягають зняттю з виробництва та виведенню з ринку.

**Досліджено** стан зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Fruit Master Foods» у розрізі тенденцій розвитку ринку в Україні.

З метою загальної оцінки ефективності діючої товарної політики, виявлення стратегічних управлінських проблем та розробки рекомендацій щодо удосконалення товарної політики досліджуваного підприємства шляхом формування можливих альтернативних маркетингових товарних стратегій, використано SWOT-аналіз, за результатами якого виявлено, що існує необхідність перегляду та заміни стратегічних планів підприємства його керівництвом.

Доведено, що найбільш ефективною в ситуації, що склалася, є реалізація стратегії зростання на основі широкомасштабної диверсифікації.

З метою трансформації інноваційної товарної політики ТОВ «Fruit Master Foods» розроблено ряд рекомендацій, які допоможуть підприємству посилити свої позиції в умовах глобальної конкуренції, зокрема

проаналізовано асортиментну політику за допомогою матриці БКГ (матриця «Ріст/Частка ринку»). Результати дослідження дозволять підприємству проаналізувати потенціал наявного товарного портфеля; збалансувати асортимент; оцінити дійсність поточної роботи з асортиментом та за необхідності розробити план дій зі зміни тенденції; розробити стратегії для подальшої роботи з ними.

Оскільки основним стратегічним завданням на сьогодні для ТОВ «Fruit Master Foods» є утримання і закріплення вже наявних ринків збуту його продукції, а також впровадження нових товарів у виробництво підприємства – запропоновано певні рекомендації, щодо нових сокових інновацій, які на нашу думку, потрібні для ефективного господарювання підприємства.





# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>