

**Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут**

Кафедра маркетингу та реклами

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ
ПІДПРИЄМСТВА»**

(за матеріалами Приватного підприємства «O.L.KAR–АгроЗооВЕТ–Сервіс»,
м. Шаргород, Вінницька область)

Здобувача вищої освіти
2 курсу, групи МР-21з(м),
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньої програми «Маркетинг»
заочної форми навчання

Аліни ГАБРИД

Науковий керівник
доктор економічних наук,
професор

Ірина ПОЛІЩУК

Гарант освітньої програми
доктор економічних наук,
професор

Ірина ПОЛІЩУК

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1 Сутність маркетингової товарної політики підприємства	6
1.2 Сучасні підходи та інструменти управління маркетинговою товарною політикою підприємства	14
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА «O.L.KAR– АГРОЗООВЕТ–СЕРВІС»	19
2.1 Організаційно-економічна характеристика ПП «O.L.KAR– АгроЗооВЕТ–Сервіс»	19
2.2 Аналіз комплексу маркетингу ПП «O.L.KAR–АгроЗооВЕТ– Сервіс»	27
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА «O.L.KAR– АГРОЗООВЕТ–СЕРВІС»	41
3.1 Маркетингова діагностика оптимальної структури товарного асортименту на основі ABC-аналізу	41
3.2 Застосування комплексу управлінських рішень щодо вдосконалення маркетингової товарної політики на ПП «O.L.KAR.- АгроЗооВет-Сервіс»	46
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	65

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2022. Vol. 2 No. 43. URL: [file:///C:/Users/HOME/Downloads/3654_2_43\(2022\)%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/3654_2_43(2022)%20(2).pdf). (дата звернення 27.07.2022).
2. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств : навч. посіб. Київ : ВД “Професіонал”, 2006. 336 с.
3. Безугла Л.С., Агафонов О.Д., Гладкий Д.Р. Формування маркетингової товарної політики підприємств. *Інфраструктура ринку: Економіка та управління підприємствами*. Випуск 35. 2019. С.133-137. URL: <https://bit.ly/3AeqS7c>. (дата звернення 15.08.2022).
4. Безугла Л.С., Агафонов О.Д., Гладкий Д.Р. Формування маркетингової товарної політики. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 35. С. 133–137. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/35_2019_ukr/21.pdf. (дата звернення 17.06.2022).
5. Бондаренко В.М., Поліщук І.І., Шарко В.В. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с.
6. Бородкіна І.Л., Бородкін Г.О. Інформаційна підтримка маркетингової діяльності на ринку ветеринарної продукції. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Технічні науки. Том 29 (68), Ч.1, №6, 2018. С.97-102. URL: http://www.tech.vernadskyjournals.in.ua/eng/journals/2018/6_2018/part_1/19.pdf. (дата звернення 05.09.2022).
7. Венета Л. С. Удосконалення товарної політики підприємства на основі маркетингу. URL: <www.chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl>. (дата звернення 03.11.2022).

8. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент : підручник. Київ : КНЕУ, 1998. 268 с.
9. Габрид А. Товарна політика як елемент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*: Зб. матеріалів ІХ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, м. Вінниця, 06 жовтня 2022р. Вінниця, 2022. Ч.І. С.137-144. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2022/konf0610/zb1_1.pdf. (дата звернення 16.10.2022).
10. Габрид А. Удосконалення маркетингової товарної політики підприємства (на прикладі О.Л.КАР. «АГРОЗООВЕТ-СЕРВІС»). *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. Вип.150. С.92-98. URL: <http://vtei.com.ua/doc/11konf/zb17.pdf>. (дата звернення 16.10.2022).
11. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 712 с.
12. Гонтарева І.В., Мангушев Д.В., Жденовська А.О. Оцінка ефективності маркетингової товарної політики підприємства. *Соціальна економіка*, Випуск 60, 2020. С.149-158. URL: <https://C:/Users/HOME/Downloads/16710-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-33180-1-10-20210204.pdf>. (дата звернення 30.07.2022).
13. Городняк І.В., Федорончук О.В. Вплив товарної політики підприємств на споживчу поведінку домогосподарств в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Випуск 6. 2019. С. 19-22. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2018/29-2018/6.pdf>. (дата звернення 02.11.2022).
14. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2003. 304 с.

15. Громова О.Є., Шевчук Ю.В. Товарна політика в системі маркетингу. *Молодий вчений*. № 4 (104), квітень, 2022. С.75-79. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-4-104-17>. (дата звернення 17.11.2022).
16. Дронова Т. Аналіз товарного асортименту ритейла. *Економіка та суспільство*. №25, 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-11>. (дата звернення 28.10.2022).
17. Дячков Д.В., Потапюк І.П., Яковенко І.О. Особливості товарної політики підприємства. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. Випуск 4 (27) 2020. С.46-51. URL: <https://bit.ly/3fZL3PH>. (дата звернення 20.09.2022).
18. Жайворонок Л.В. Маркетингова товарна політика в системі сучасного концептуального забезпечення управління підприємництва. *Ефективна економіка*. № 12, 2015. URL: <https://bit.ly/3Etz8D6>. (дата звернення 18.09.2022).
19. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживачів: навч. посіб. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 200 с.
20. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Система маркетингових моделей товару як інструмент комплексного аналізу його конкурентоспроможності. *Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України* : тези доп. XV міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 26–28 листоп. 2020 р.). Хмельницький : ХНУ, 2020. С. 56–57.
21. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Харків : УкрДУЗТ, 2015. 190 с.
22. Калініченко О.О., Пойта І.О. Проблеми та перспективи розвитку маркетингової товарної політики підприємства. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/32925/1/Тези%201%20Калініченко.pdf>. (дата звернення 11.09.2022).
23. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика : навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисципліни. Київ : КНЕУ, 2000. 124 с.

24. Карпенко В.Л. Генезис поняття «маркетингова товарна політика» у вітчизняній економічній літературі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011, №6, Т.2. С.62-65. URL: <https://bit.ly/3EsVDYP>. (дата звернення 31.09.2022).
25. Крикавський Є., Дейнега І., Дейнега О., Патора Р. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Львів: Львівська політехніка. 2012. 360 с.
26. Кузик О. Маркетинг послуг: технології та стратегії. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 338 с
27. 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.
28. Кучеренко В. Д., Ткаченко Н. Б. Маркетингова товарна політика : підручник. К. : КНТЕУ, 2018. 186 с.
29. Летуновська Н. Є., Сигида Л. О. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики. *Бізнес-інформ*, 2019, №4. С. 97-105.
30. Лісеній Є. В., Дяченко Ю. І. Управління та шляхи удосконалення маркетингової товарної політики підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/774>. (дата звернення 05.07.2022).
31. Мальчик М. В., Гонтаренко Н. А., Хоменчук Д. В. Холістичний маркетинг як філософія комерціалізації інноваційної продукції. Управління комерціалізацією інноваційної продукції: монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С. М., д.е.н., доц. Біловодської О. А. Суми : Триторія, 2019. 304 с.
32. Мішустіна Т.С., Чехранова Т.О. Дослідження товарної політики підприємства харчової промисловості як основа її оптимізації. *Ефективна економіка*. №5, 2014. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3082>. (дата звернення 27.07.2022).

33. Окландер М., Кірносова М. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 200 с.
34. Офіційний сайт ПП «O.L.KAR.-АгроЗооВет-Сервіс». URL: <http://agroolkar.com.ua>. (дата звернення 14.09.2022).
35. Павлова М.Б. Методи оптимізації асортименту товарів. *Підприємництво і торгівля*. 2018, №22. С.128-131. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/92>. (дата звернення 18.09.2022).
36. Петриківа О.С. Товарний асортимент як об'єкт управління на підприємстві. *Modern Economics*. 2021. № 27(2021). С.128-132. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V27\(2021\)-17](https://doi.org/10.31521/modecon.V27(2021)-17). (дата звернення 11.05.2022).
37. Поліщук І.І. Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством: монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2018. 353 с.
38. Поліщук І.І. Управління потенціалом підприємства на засадах клієнтоорієнтованого маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021, № 5, Том 2. С.41-44. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=9586>. (дата звернення 17.07.2022).
39. Поліщук І.І. Фактори розвитку маркетингового потенціалу підприємства. *Науковий вісник Полісся*. Чернігів: ЧНТУ, 2016. № 2 (6). С. 97 – 102.
40. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с.
41. Поліщук І.І., Ліпковська К.А., Сівакова К.О. Моніторинг маркетингової діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 32. С. 184–191.
42. Руденко О., Сергієнко О. Сучасні підходи до маркетингової товарної політики, рекламного креативу, мерчандайзингу як запорука ефективного менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/786>. (дата звернення 29.06.2022).

43. Ромат Є., Чаплай І.В. Реалізація інструментів маркетингу в механізмах державного управління. Публічне урядування: Економіка і бізнес. 2016. С. 15-28.

44. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

45. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг: навч. посіб. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

46. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг: навч. посіб. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 290с. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26601.pdf>. (дата звернення 26.09.2022).

47. Трішкіна Н.І. Дослідження факторів товарної політики оптового підприємства. *Сталий розвиток економіки* : журнал. 2011. № 3. С. 222-229.

48. Трішкіна Н.І. Товарна політика оптового підприємства в системі маркетингу : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ, 2006. 22 с.

49. 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.

50. Череп О.Г., Коцеруба А.В. Формування системи маркетингової товарної політики. *Вісник Хмельницького національного університету* 2021, №1. С.320-323. URL: <https://bit.ly/3ULMXSG>. (дата звернення 22.10.2022).