

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
**зі спеціальності 075 Маркетинг**  
**за освітньою програмою Маркетинг**

на тему: «Розробка рекомендацій щодо удосконалення маркетингової товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ» на ринку харчових концентратів»

**Виконавець:**

Студентка ЦЗВФН факультету  
Аргінська Лейля Діляверівна \_\_\_\_\_

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент  
Сотніков Юрій Миколайович \_\_\_\_\_

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми** роботи полягає в тому, що в сучасних умовах розробка товарної політики для кожного підприємства та вироблення своєї ринкової стратегії необхідна підприємству для того, щоб вижити та розвиватися, зайняти стабільну позицію на ринку. Але в кожній галузі і на кожному підприємстві є свої окремі індивідуальні аспекти які притаманні саме даному суб'єкту господарювання на даному ринку і в даний час. Діяльність будь-якого комерційного підприємства здійснюється в постійно мінливій економічній ситуації. Саме ця проблема багато в чому вплинула на вибір теми дипломного дослідження.

**Мета дослідження** розробка теоретичних та практичних рекомендацій щодо формування товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

**Завдання дослідження:**

- описати роль і значення товарної політики;
- дослідити організаційно–економічну характеристику ПАТ «ЕННІ ФУДЗ», ознайомитись з маркетинговою діяльністю компанії;
- проаналізувати маркетингове середовище ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»;
- запропонувати напрями та засоби поліпшення товарної політики компанії;
- обґрунтувати напрями та засоби поліпшення товарної політики компанії;

**Об'єкт дослідження** є компанія ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»

**Предмет дослідження** товарна політика компанії ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»

**Методи дослідження** теоретичною та методологічною основою роботи послужили результати наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних економістів з менеджменту, та маркетингу.

**Інформаційна база дослідження** це матеріали спеціалізованих періодичних видань та звітність компанії.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменувань) та 5-и додатків. Загальний обсяг роботи становить 75 сторінок. Основний зміст викладено на 63 сторінках. Робота містить 16 таблиць, 8 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Формування товарної політики підприємства: теоретико-методичні аспекти*» розглянуто сутність створення ефективної товарної політики, яка спирається на якісне функціонування механізму системи управління, всю сукупність методів, дій, заходів, які забезпечують досягнення основної мети діяльності підприємства у галузі ефективного управління товарною політикою стратегічного розвитку підприємства, види стратегічного розвитку, фактори, які обумовлюють вибір відповідної стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі «*Аналіз товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»*» проаналізовано техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

У третьому розділі «*Обґрунтування вдосконалення товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»*» запропоновано рекомендації щодо покращення товарної політики підприємства та ефективності його діяльності. Розглянуто напрямки зміни асортименту та дизайну продукції на основі висновків матриці БКГ.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

Сучасним підприємствам, які функціонують в умовах високо конкурентного та динамічного ринкового середовища, забезпечення та підтримання необхідного рівня конкурентоспроможності може бути досягнуто тільки при належному управлінні товарною політикою. Вона займає особливе місце у маркетингу як система управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства. Добре продумана товарна політика орієнтована на якісне задоволення споживчого попиту.

Аналіз техніко-економічних показників виробничо-господарської діяльності ПАТ «ЕННІ ФУДЗ» свідчить, що підприємство прибуткове. У 2020 році, ПАТ "ЕННІ ФУДЗ" нарощувала позитивну динаміку високих темпів зростання продажів, про що свідчать дані чистої виручки від реалізації продукції та чистого прибутку. Політика використання трудових ресурсів ефективна - темпи росту продуктивності праці випереджають темпи росту його оплати, це створює можливості для підвищення темпів розширеного відтворення.

Аналіз ринку на якому діє підприємство показав, що існує жорстка конкуренція, експертна оцінка показала привабливість різних груп товарів, найбільшу присвоєно групі «Супи» і «Натуральна і розчинна кава, кавові напої». Було виявлено перспективи у виборі населенням України виробів від вітчизняного виробника, тому окреслені можливості щодо розширення частки ринку української продукції, яка на сьогодні складає тільки 12,3%.

Розрахунок рівня конкурентоспроможності ПАТ «ЕННІ ФУДЗ» показала низький бал, але істотний вплив на зниження фінального показника мала відсутність Інтернет-магазину та недосконалість методів збутової

діяльності. По інших параметрах ПАТ «ЕННІ ФУДЗ» має задовільний або, навіть, кращий результат ніж конкуренти.

На основі даних, що були отримані у ході дослідження ринку харчових концентратів та порівняння продуктів конкурентів ПАТ «ЕННІ ФУДЗ» за допомогою SWOT-аналізу було здійснено перспективи конкурентоспроможності підприємства, виявлено основні можливості та загрози у подальшому розвитку.

Проведений аналіз маркетингового середовища показав, що є необхідність удосконалення товарної політики зокрема, внесення корективів при плануванні, формуванні та управлінні асортиментом до того ж необхідно вжити заходів по удосконаленню методів збуту.

У третьому розділі роботи надано рекомендації щодо покращення товарної політики підприємства та ефективності його діяльності. Розглянуто напрямки зміну асортименту продукції на основі висновків матриці БКГ. Основними рекомендаціями стали:

- перевести групу «Супи» у розряд «Дійні корови»;
- розширити асортимент наступних груп товарів: «Супи» і «Натуральна і розчинна кава, кавові напої».
- поглибити асортимент груп товарів: «Супи» і «Натуральна і розчинна кава, кавові напої», тобто запропонувати нові марки товарів та/або їх модифікації, тому що ринок пропонованих товарів насичений.

Ці рекомендації вже виконуються у поточному році, компанія запустила нові продукти у зазначених групах.

Другою рекомендацією була зміна дизайну упаковки продукції компанії, так як дослідження споживачів показало, що вони просто не помічають продукти через неяскравість кольорів.

Проведений розрахунок економічної ефективності від реалізації даних рекомендацій, який показав, що вони можуть бути прийняті до стратегії розвитку компанії і мають позитивний ефект.

## АНОТАЦІЯ

### Аргінська Л.Д. «Розробка рекомендацій щодо удосконалення маркетингової товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ» на ринку харчових концентратів»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності  
«075 Маркетинг»

за освітньою програмою «Маркетинг». –

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – публічне акціонерне товариство «Енні Фудз» міста Одеса.

У роботі розглядаються теоретичні та методичні аспекти формування товарної політики, основні умови проведення товарної політики на підприємстві.

Проаналізовано маркетингове середовище ПАТ «Енні Фудз», виявлена оцінка та конкурентоспроможність підприємства.

Запропоновано рекомендації щодо вдосконалення товарної політики підприємства, зокрема виявлення напрямків розширення асортименту та удосконалення існуючого продукту.

**Ключові слова:** товарна політика, асортимент, маркетингове середовище, конкурентоспроможність, продукт, SWOT-аналіз, маркетинг.

## ANNOTATION

### Arhinska L. "Development of recommendations for improving the marketing product policy of PJSC "ENNI FOODS" in the market of food concentrates"

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty  
« 075 Marketing »

for the educational program « Marketing ». –

Odessa National Economics University. – Odessa, 2022.

The bachelor qualification work consists of three sections. Object of study - public joint-stock company "Enni Foods" of Odessa.

The work deals with the theoretical and methodological aspects of product policy formation, the main conditions for conducting product policy at the enterprise.

Author analysis marketing environment of PJSC "Enni Foods", identified assessment and competitiveness of the enterprise.

Recommendations for improving the product policy of the enterprise, in particular, identifying areas for directions of expanding the range and improving the existing product.

**Keywords:** product policy, range, marketing environment, competitiveness, product, SWOT-analysis, marketing.