

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності маркетинг
за магістерською програмою професійного спрямування
Стратегічний маркетинг
за темою:
«Товарна політика в системі маркетингу підприємства ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»
на споживчому ринку»

Виконавець

студентка 19-М групи
Центру заочної форми навчання
Лукьянюк Аліна Миколаївна

Науковий керівник

Кандидат економічних наук, доцент
Сотніков Юрій Миколайович

/підпис/

Одеса 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. На сучасному етапі становлення і розвитку ринкових відносин в Україні проблема формування товарної політики підприємства набуває значної актуальності. Товарна політика підприємства визначає його стабільність на ринку та підвищення конкурентних позицій і є основою впровадження принципів і методології маркетингу у практичну діяльність підприємств. Від того, на скільки своєчасно підприємство реагує на зміни ринку, залежить ефективність його маркетингової діяльності, а отже, і товарної політики. Звідси випливає, що головною умовою досягнення найбільшої ефективності маркетингової діяльності є реалізація та узгодження інтересів споживачів з боку виробників.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є розробка теоретико-методичних рекомендацій щодо удосконалення товарної політики в системі маркетингу підприємства ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

Для досягнення цієї мети в роботі сформульовано і вирішено наступні завдання:

- розглянути сутність та складові товарної політики;
- дослідити особливості формування товарної політики в системі маркетингу підприємства;
- розглянути методи формування товарної політики підприємства;
- провести оцінку ефективності товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ» та виявити її недоліки;
- дослідити модель споживчої поведінки покупців на ринку продуктів швидкого харчування з метою удосконалення товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»;
- розробити напрями удосконалення товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ» та розрахувати ефективність їх впровадження;
- спрогнозувати продажі в результаті удосконалення товарної політики.

Об'єктом дослідження є товарна політика ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

Предметом дослідження є теоретичні положення, науково-методичні підходи, концепції та прикладні аспекти товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у дипломній роботі використовуються наступні методи: вивчення монографічних публікацій та наукових статей; вивчення нормативно-правової бази; порівняльний метод; розрахунково-аналітичний та структурно-динамічний методи; метод експертних оцінок; SWOT-аналіз; метод комплексу маркетингу (marketing-mix) «4Р»; аналіз зовнішнього середовища з використанням моделі М. Портера; модель BCG (Зростання галузі / Частка ринку)

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, фахова література, матеріали

наукових конференцій та періодичних видань, внутрішня маркетингова інформація і дані управлінського і фінансового обліку ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури, додатків. Загальний обсяг роботи становить 100 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі надаються теоретичні аспекти формування товарної політики в системі маркетингу підприємства, сутність та складові товарної політики, особливості формування товарної політики в системі маркетингу, методи формування товарної політики підприємства.

У другому розділі автором проводиться аналіз товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ», профіль маркетингового середовища, проведено оцінку ефективності товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

У третьому – розроблені напрями удосконалення товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ», проведено прогнозування продажів в результатів удосконалення товарної політики за допомогою тренд-сезонної моделі.

ВИСНОВКИ

Теоретичний аналіз першого розділу та емпіричні дослідження й отримані результати другого розділу знайшли своє завершення у вигляді рекомендацій та конкретних заходів щодо удосконалення товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

Нами пропонуються наступні заходи щодо удосконалення товарної політики:

1. Впровадження інноваційної продукції - супів із замороженими овочами. Маркетингові дослідження ринку супів, що потребують варіння і швидкого приготування показали, що сьогодні у зв'язку з тенденціями здорового харчування особливим попитом користуються супи із замороженими овочами. Результати дослідження показали, що стрімко зростає попит саме на супи із замороженими овочами з натуральними інгредієнтами. Споживачі при купівлі супів крім того, що враховують його якість, ціну, дизайн, прагнуть, щоб ця продукція повністю задовольняла їх бажання. Вищевикладене підтверджує доцільність впровадження інноваційної продукції - супів із замороженими овочами. Більшість заморожених овочевих сумішів поставляється до Польщі. У 2017 році 32% від всіх поставок припадали саме на цю країну. Тобто орієнтуючись на світові ринки заморожених овочевих сумішів, нами розроблена стратегія виробництва супів із заморожених овочевих суміші на підприємстві ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

2. Відкриття інтернет-магазину. Можливості та переваги торгівлі через Інтернет-магазин для компанії ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»: зниження накладних

витрат і збільшення прибутку підприємства; на сайті рекламується продукція, приймаються замовлення; пропонуються різні варіанти сплати замовленої продукції, включаючи й оплату «електронними» грошима; магазин працює без вихідних і перерви; віртуальна площа для розміщення товарів практично не обмежена; покупець має доступ до розміщеного на сайті товару в режимі реального часу і з будь-якого місця на земній кулі, де є Інтернет; віртуальні торгові площі можна узяти в оренду, як і в звичайному магазині; вартість і термін створення віртуального магазину набагато менші.

3. Прогнозний економічний ефект в результаті удосконалення товарної політики складе 480296 грн. За результатами розрахунків впровадження запропонованих заходів щодо поліпшення товарних стратегій на підприємстві ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»: дозволить в 2019 році отримати чистий дохід від реалізації 60470,296 тис. грн, що на 23058,296 тис. грн більше, ніж у 2017 році.

Анотація

*Лукьянюк А.М. Товарна політика в системі маркетингу підприємства ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»
на споживчому ринку
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
«Маркетинг» за магістерською програмою «Стратегічний маркетинг»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік*

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – товарна політика ПАТ «ЕННІ ФУДЗ»

В роботі розглядаються теоретичні аспекти формування товарної політики в системі маркетингу підприємства, сутність та складові товарної політики, особливості формування товарної політики в системі маркетингу, методи формування товарної політики підприємства.

Проаналізовано товарну політику ПАТ «ЕННІ ФУДЗ», профіль маркетингового середовища, проведено оцінку ефективності товарної політики ПАТ «ЕННІ ФУДЗ».

Запропоновано заходи щодо удосконалення товарної політики: впровадження інноваційної продукції - супів із замороженими овочами, відкриття інтернет-магазину. Представлена прогностна оцінка ефективності напрямів удосконалення товарної політики. В роботі розроблена прогностна тренд-сезонна модель з використанням MS Excel.

Ключові слова: товар, товарна політика, політика, маркетинг, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність, SWOT аналіз, економічна ефективність.

ANNOTATION

Lukyanyuk A.

(student's surname and initials)

Commodity policy in the marketing system of PJSC "ENNI FUDZ" on the consumer market
(work title)

qualifying work for obtaining an educational master's degree in the specialty "Marketing" under
the master's program "Strategic Marketing"
Odessa National University of Economics
Odessa, 2018

Master's qualification work consists of three sections. Object of study - commodity policy of ENNI FUDZ PJSC

The theoretical aspects of formation of commodity policy in the system of marketing of the enterprise, the essence and components of commodity policy, peculiarities of formation of commodity policy in the marketing system, methods of formation of commodity policy of the enterprise are considered in the paper.

The analysis of the commodity policy of PJSC "ENNI FUDZ", the profile of the marketing environment, the estimation of the efficiency of the commodity policy of PJSC "ENNI FUDZ" was conducted.

Proposed measures to improve the commodity policy: the introduction of innovative products - soups with frozen vegetables, the opening of an online store. A prognostic estimation of the efficiency of directions of commodity policy improvement is presented. In this work, a prognostic trend-seasonal model is developed using MS Excel.

Keywords: commodity, commodity policy, marketing, marketing, competitiveness, SWOT analysis, economic efficiency.