

АНОТАЦІЯ

Грешта А. М. Удосконалення маркетингової товарної політики підприємства (на прикладі ТОВ «Комплекс Інвестмент Менеджмент»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У роботі досліджено теоретичні засади маркетингової товарної політики, зокрема концепції управління асортиментом, диференціації, позиціонування та вплив сучасних трендів, таких як екологічність і цифровізація.

Застосовано SWOT-аналіз і аналіз життєвого циклу товару для вивчення асортименту та ринкової позиції підприємства. Проаналізовано економічний і маркетинговий стан ТОВ «Комплекс Інвестмент Менеджмент», виявлено проблеми в управлінні асортиментом і позиціонуванні. Зроблено висновки щодо необхідності оптимізації товарної політики для підвищення конкурентоспроможності.

Запропоновано рекомендації, зокрема модифікацію асортименту шляхом введення екологічних продуктів, диференціацію через дизайн і персоналізацію, а також посилення позиціонування через екологічність. Впровадження цих заходів сприятиме зростанню прибутковості підприємства та його частки на ринку.

Ключові слова: товарна політика, маркетинг, асортимент, диференціація, позиціонування, ТОВ «Комплекс Інвестмент Менеджмент».

ANNOTATION

Hreshtha A. M. Improving the marketing product policy of an enterprise (on the example of «Complex Investment Management» LLC)

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «075 Marketing» for the educational program «Marketing and International Logistics». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2025.

The study examines the theoretical foundations of marketing product policy, including concepts of assortment management, differentiation, positioning, and the impact of modern trends such as sustainability and digitalization. SWOT analysis and product life cycle analysis were applied to study the assortment and market position of the enterprise.

The economic and marketing state of «Complex Investment Management» LLC was analyzed, based on which issues in assortment management and positioning were identified. Conclusions were drawn regarding the need to optimize the product policy to enhance competitiveness.

Recommendations were proposed, including assortment modification through the introduction of eco-friendly products, differentiation via design and personalization, and strengthening positioning through sustainability. Implementing these measures will contribute to increasing the enterprise's profitability and market share.

Keywords: product policy, marketing, assortment, differentiation, positioning, «Complex Investment Management» LLC.