

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
ІВАНА ПУЛЮЯ

**Гораль Андрій Романович**

**«СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ» (НА  
ПРИКЛАДІ ТОВ «ПРОМИСЛОВА БАЗА «ТЕРНОПІЛЬБУД»)**

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
спеціальність 075 «Маркетинг»

Автореферат  
наукової роботи на здобуття кваліфікації магістра

Тернопіль - 2018

Роботу виконано на кафедрі промислового маркетингу факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України

**Науковий керівник:**

кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя  
Оксентюк Богдана Андріївна

**Рецензент:**

доктор економічних наук, професор кафедри економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя  
Мариненко Наталія Юріївна

Захист відбудеться «20» лютого 2018р. о 10 годині на засіданні екзаменаційної комісії кафедри промислового маркетингу факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя за адресою: м. Тернопіль, вул. Білогірська, 50, навчальний корпус №10, ауд. \_\_\_\_.

Науковий керівник

к.е.н., доц. Оксентюк Б.А.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Успіх ефективної маркетингової стратегії визначається ступенем розуміння ринкових потреб. І лише те підприємство може добитися успіху, яке буде задовольняти головну потребу своїх клієнтів краще, ніж його конкуренти. А задовольнити такі потреби можна лише тоді, коли буде прийняте вірне управлінське рішення.

Як правило, підприємці, керівники підприємств, фірм добиваються успіху не лише тому, що вони є кваліфікованими спеціалістами у певній галузі. Вони добиваються успіху тому, що орієнтуються у своїй роботі на маркетинг. І успіх підприємств буде визначатися саме в ефективно проведених маркетингових дослідженнях.

Досвід країн з ринковою орієнтацією показує, що всі зазначені аспекти вирішуються комплексно та у взаємозв'язку з маркетингом.

У сучасній ринковій економіці маркетингова орієнтація підприємства дає можливість формувати раціональні виробничі програми, оперативно впливати на ринкову ситуацію, що є запорукою успіху в умовах конкуренції.

Підприємство ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» є структурною одиницею ТОВ «Тернопільбуд» і випускає будівельні матеріали, які хоч за останні два роки подорожчали майже вдвічі, та в країні і навіть в Тернополі часто відчувається нестача будівельних матеріалів, оскільки зростають обсяги будівництва. Не вистачає цементу, цегли і інших будматеріалів, оскільки ринок будівельних матеріалів незбалансований.

В умовах ринкової економіки цілеспрямоване формування товарного асортименту підприємства та ефективне управління товарною політикою є одним із засобів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Тому тема роботи є актуальною з точки зору організації діяльності такого підприємства як ТОВ «Тернопільбуд».

Важливість даної теми полягає у тому, що сьогодні маркетинг розглядається науковцями та практиками різних країн вже не просто як сукупність різноманітних заходів, спрямованих на просування продукції, а як специфічна функція управління. Великий комплекс видів діяльності в межах маркетингу по суті означає якісно новий підхід до управління підприємством.

Ця тема є особливо актуальною для українських підприємств, адже, не володіючи ні досвідом господарювання у ринкових умовах, ні ґрунтовними теоретичними знаннями в сфері підприємництва, вітчизняні підприємці все ж таки змушені будувати діяльність підприємства у відповідності з вимогами світового ринку. Проте, якщо на заході перехід до маркетингового управління відбувався еволюційним шляхом, функція маркетингу поступово набирала важливішого значення аж до перетворення у функцію управління, то українським підприємствам доводиться йти революційним шляхом, аби пропонувати товари та послуги, що відповідають сучасним вимогам ринку.

**Мета і завдання дослідження.** Метою даної роботи є дослідження системи управління товарною політикою підприємства, визначення маркетингових його можливостей для розробки пропозицій щодо вдосконалення діяльності ТОВ

«Промислова база «Тернопільбуд» шляхом покращення його товарної політики.

Виходячи з поставленої мети, у роботі сформульовано і вирішено наступні **завдання**:

- розкрити підходи до управління маркетинговою діяльністю;
- визначити основні принципи організації діяльності підприємства на принципах маркетингу;
- узагальнити методичні та теоретичні підходи щодо формування перспективного товарного асортименту підприємства;
- оцінити умови та ефективність функціонування ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд»;
- виявити маркетингові можливості підприємства та загрози, які перешкоджають його діяльності;
- визначити основні напрямки вдосконалення маркетингової товарної політики підприємства.

**Об'єкт дослідження** – ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд». **Предметом дослідження** є товарна політика підприємства на ринку будівельних матеріалів.

**Методи дослідження.** Теоретичною і методологічною основою дослідження є наукові розробки вітчизняних і закордонних вчених з проблем маркетингу, менеджменту, конкуренції, стратегічного управління; законодавчі і нормативні акти України, роботи фахівців по досліджуваній темі.

Для досягнення поставленої мети на всіх етапах застосовувався комплекс різних методів, які взаємно доповнювали один одного, що можна назвати системним підходом у методології дослідження. Методичною базою дослідження є системний підхід, що забезпечує комплексне дослідження процесу маркетингової діяльності підприємств. В процесі дослідження, обробки й аналізу інформації використовувалися методи соціологічних досліджень (опитування і спостереження), традиційні методи і прийоми економічного аналізу (табличний, графічний, порівняння, групування), економіко-математичні методи, метод експертних оцінок. Обробка даних здійснювалася з використанням сучасних комп'ютерних технологій.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає у розробленні теоретико-методичних положень та пропозицій щодо вдосконалення управління товарною політикою. Основні положення дипломної роботи, що визначають ступінь і характер новизни досліджень, полягають у такому:

*вперше:*

– проведено оптимізацію диверсифікаційного набору, прийнятну для даного підприємства, яка дозволить отримати оптимальне управлінське рішення щодо товарної політики.

*удосконалено:*

– теоретичні положення товарної політики підприємства, зокрема: уточнено поняття асортименту, висвітлено його роль у маркетинговій товарній політиці підприємства;

– створено шляхи вдосконалення управління товарною політикою на підприємстві.

**Практичне значення** виконаної роботи полягає у тому, що запропоновано ряд заходів щодо управління товарною політикою підприємства, що забезпечить

підвищення його конкурентоспроможності в нестабільних умовах ринкового середовища. Висновки і рекомендації, запропоновані у роботі та отримані в результаті дослідження, схвалені і будуть впроваджені в практику діяльності ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд».

**Апробація результатів роботи.** Основні положення дослідження доповідалися й обговорювалися на X Всеукраїнській студентській науково-технічній конференції (м. Тернопіль, ТНТУ ім. І. Пулюя, 25-26 квітня 2017р.) та Міжнародній науково-практичній конференції студентів і молодих учених (м. Тернопіль, ТНТУ ім. І. Пулюя, 27-28 квітня 2017 р.).

**Публікації.** За результатами дослідження опубліковано 2 публікації загальним обсягом 0,26 др. арк.

**Структура роботи.** Робота складається з вступу, 7-ти розділів, висновків, загальним обсягом 137 сторінок основного тексту, а також 21 таблицю і 6 рисунків, списку використаних джерел з 93 найменувань і 6 додатків (обсягом 16 сторінок).

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, відображено мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, розкрито наукову новизну і практичне значення одержаних результатів та особистий внесок здобувача у вирішення поставлених завдань.

У **першому розділі** - «Теоретико-методологічні основи формування товарної політики підприємства» проаналізовано концептуальні підходи до управління маркетинговою діяльністю, управління товарною політикою підприємства, методи оптимізації товарного асортименту та можливі підходи щодо формування перспективного товарного асортименту.

У **другому розділі** - «Аналіз діяльності ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» на ринку будівельних матеріалів» проведено аналіз організаційно-господарської діяльності, зроблено оцінку товарного асортименту, визначено та проведено аналіз наявних конкурентних переваг, зроблено SWOT-аналіз досліджуваного підприємства.

У **третьому розділі** – «Стратегічні засади управління товарною політикою підприємства» було проведено оптимізацію диверсифікаційного набору підприємства, розроблено ряд заходів стосовно нового товару. Для покращення ринкових позицій, зростання конкурентних переваг, було запропоновано ряд заходів стосовно виробництва піно блоків.

У **четвертому розділі** – «Нормативно-правова база маркетингової діяльності підприємства» було досліджено, що ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства України.

Нормативно-правова база діяльності ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» відповідає загальнообов'язковим законам, які регулюють діяльність усіх суб'єктів господарювання незалежно від виду діяльності, так і спеціалізованими, які регулюють діяльність виключно підприємств, які займаються виробництвом будівельних матеріалів.

У п'ятому розділі – «Обґрунтування економічної ефективності» було проведено діагностику та розроблено радар конкурентоспроможності, який показує наявні конкурентні переваги даного підприємства.

У шостому розділі – «Охорона праці в галузі» було досліджено стан охорони праці на підприємстві та проаналізовано санітарно-гігієнічні, мікрокліматичні умови праці, рівень освітленості та акустичні характеристики кімнати, а також дотримання вимог електро- та пожежобезпечності.

У сьомому розділі – «Безпека в надзвичайних ситуаціях» досліджено організацію та проведення планування заходів цивільного захисту на підприємстві у випадку надзвичайних ситуацій та визначено здійснення моделювання уразливості ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» та його елементів до впливу вторинних уражаючих факторів техногенного вибуху.

## ВИСНОВКИ

Робота написана на тему: «Стратегічні засади управління товарною політикою» (на прикладі ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд»). Робота виконана на базі структурного підрозділу ТОВ «Тернопільбуд» – «Промислової бази «Тернопільбуд» – підприємства, яке займається виробництвом збірних залізобетонних виробів, товарного бетону, товарної арматури, фундаментних блоків; блоків стін, підвалів, виробництвом бетону. Крім того, підприємство займається оптовою торгівлею шифером, трубами азбоцементними, цементом фасованим.

1. У теоретичній частині роботи було розглянуто теоретико-методологічні основи формування товарної політики підприємства. Було проаналізовано концептуальні підходи до управління маркетинговою діяльністю, управління товарною політикою підприємства та методи оптимізації товарного асортименту. Було виявлено, що підходити до розробки асортименту і номенклатури продукції чи послуг потрібно комплексно і всебічно. Підприємство нездатне задовольняти потреби усіх верств населення одночасно. Виходячи на ринок, воно обирає сегмент господарювання і тим самим обирає контингент споживачів, який має свої особливості. Асортимент і номенклатуру потрібно розробляти з максимальним врахуванням цих особливостей, і навіть більше того. Це дасть можливість розширити ринки збуту і завоювати нових покупців. Виходячи з вищенаведеного, було проаналізовано можливі підходи щодо формування перспективного товарного асортименту.

2. У аналітичній частині дипломної роботи проаналізовано діяльність ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» на ринку будівельних матеріалів.

Хоча зараз широко розвивається індустрія, та товариство не може продати виготовлену продукцію у повному обсязі. Це викликано в першу чергу тим, що поблизу знаходиться багато фірм-конкурентів, як великих, так і малих підприємств, які пропонують схожу продукцію. На ринку будівельних матеріалів основними конкурентами є такі конкуренти ПП «Росбуд», ПП «Мир», ТОВ «Домобудівник» (м. Бровари); Хмельницький комбінат бетонних виробів; частково і ПАТ «Будіндустрія»

У зв'язку з цим підприємства виникла необхідність у проведенні дослідження маркетингового середовища для виявлення нових ринкових можливостей.

Для цього у даній роботі були проаналізовані фактори мікро- і макросередовища, і їхній вплив на діяльність фірми, який може бути як позитивним і сприяти розвитку, так і негативним, що може мати інколи невиправні наслідки.

На основі проведеного SWOT - аналізу можна зробити висновок, що ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» зіткнулась із рядом проблем та появою нових ринкових можливостей. Отже, можна виділити ряд характерних для «Промислової бази «Тернопільбуд», конкурентних переваг, які вона широко застосовує у конкурентній боротьбі:

- Спеціалізація на торгівлі деякими специфічними видами товарів (спеціалізована металопродукція);

- Нижчі ціни;
- Доставка власним транспортом;
- Використання різних систем оплати;
- Здійснення безкоштовних доставок в Тернопільський район;

На нашу думку, необхідно звернути увагу і на ряд недоліків:

- Відсутність каналів збуту в центрі міста;
- Малий асортимент продукції;
- Відсутність сталих зв'язків з дрібними споживачами та погана рекламна діяльність в цьому напрямку;

Невисока обізнаність з підприємством.

Базуючись на цьому аналізі, «Промислова база «Тернопільбуд» шукає нові ринкові можливості. Товариство буде продовжувати працювати на існуючих ринках з існуючим асортиментом товарів. Виходячи з цього, намічені альтернативні шляхи реалізації ринкової можливості:

1) Зниження цін на будівельні матеріали.

Ця альтернатива не є можливою, тому що вона не сумісна з унікальністю продукції, а також з ціновою політикою, що проводиться підприємством.

2) Вихід з ринку.

Виходячи з результатів дослідження ринку будівельних матеріалів можна зробити висновок, що абсолютний потенціал ринку для будівельних матеріалів дуже великий і набагато перевищує обсяги збуту продукції в Україні. Таким чином, ця альтернатива неприйнятна для підприємства.

3) Розробка більш ефективної системи просування (персональний продаж, стимулювання збуту, реклама, паблік релейшнз). Звичайно, розробка нового комплексу просування є надзвичайно актуальною проблемою для підприємства і керівництво планує в перспективі її впровадити в життя. Але, на даному етапі функціонування підприємства ця альтернатива вважається непринятною.

4) Розширення асортименту продукції.

Розробка і випуск за допомогою нових технологій товарів з принципово новими властивостями, які б задовольнили потреби споживачів в будівельних матеріалах від початку процесу будівництва до кінця, є дуже цікавою хоча і потребує дуже великих

капітальних вкладень. Незважаючи на це, з метою притягнення нових клієнтів, керівництво вважає дану альтернативу найбільш прийнятною.

3. ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» зробивши аналіз діяльності конкурентів, отримало уявлення про їхні товари. Тому була запропонована ідея виробництва піноблоків.

Розвиток новітніх технологій усе прискорює свій темп. Кожен день з'являються нові технології і удосконалюються старі. Відповідно і розвиваються будівельна галузь. З впровадженням нових передових технологій у будівництві використовують сучасні будівельні матеріали, які мають покращенні експлуатаційні характеристики. Одним із таких будівельних матеріалів є піноблок.

Піноблок - це легкий комірчастий бетон, що одержується в результаті твердіння розчину, що складається з цементу, піску і води, а також піни. Пінобетон створюється шляхом рівномірного розподілу бульбашок повітря по всій масі бетону. У відмінності від газобетону пінобетон виходить не за допомогою хімічних реакцій, а за допомогою механічного перемішування заздалегідь приготованої піни з бетонною сумішшю.

Піна забезпечує необхідний вміст повітря в бетоні і його рівномірний розподіл у всій масі по осередках високоточної форми для пінобетону.

Піну одержують із спеціалізованих піноутворювачів (на біологічній або хімічній основі).

В сучасному будівництві пінобетонні і залізобетонні вироби та конструкції заводського виробництва використовуються для будівництва будинків і споруд різного призначення.

Конструкції з пінобетону мають ряд переваг: низька щільність; теплоізоляція; надійність; довговічність; повна екологічна чистота; негорючість; несхильність гниття; низьке водопоглинання; повітропроникність; хороші показники звуко- і шумоізоляції; можливість монолітної заливки; швидкість монтажу; естетичний вигляд;

Враховуючи вищезгадані переваги конструкцій з піноблоків, можна зробити висновок, що вони будуть користуватись високим попитом, а ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» отримає прибутки.

Щодо підприємства ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд», ми можемо зробити висновок, що воно має великі перспективи для подальшої діяльності і здатне конкурувати на ринку будівельних матеріалів.

4. Діяльність ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» чітко регламентована різноманітними нормативно-правовими актами.

Нормативно-правова база діяльності ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» відповідає загальнообов'язковим законам, які регулюють діяльність усіх суб'єктів господарювання незалежно від виду діяльності, так і спеціалізованими, які регулюють діяльність виключно підприємств, які займаються виробництвом будівельних матеріалів.

5. Обґрунтування економічної ефективності роботи полягає у встановленні конкурентоздатності даного підприємства.

При порівнянні ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» з основним конкурентом ТОВ «Домобудівник» було виявлено, що за деякими критеріями оцінювані послуги



перевершують конкурента, а деякі показники ТОВ «Домобудівник» є кращими. Тобто, конкурент є досить сильним та перспективним. На даний момент ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» займає трохи вищу позицію на ринку. І тому підприємству не варто послаблювати свої позиції, а вдосконалювати та розширювати свою діяльність, насамперед збільшувати об'єми виробництва для більшого задоволення споживчих потреб ринку. Якщо не працювати над покращенням критеріїв, постійним вдосконаленням технології виробництва, покращенням якості сировини, технологічних показників, то ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» може послабити свою місце на ринку і його замінити існуючі конкуренти цієї галузі.

ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» виробляє будівельні матеріали, як для кінцевого споживача так і для споживача-виробника (той хто будує житлові будинки, індустріальні приміщення і т.д.). Товари є аналогічними і з однаковими ціновими характеристиками. На даному етапі було вирішено розширювати виробництво, вводити нові товари, які б відповідали європейським стандартам.

6. Під охороною праці розуміють систему законодавчих актів, соціально-економічних, організаційних, технічних, гігієнічних, лікувально-профілактичних заходів та засобів, що забезпечують безпеку, збереження здоров'я і працездатності людини в процесі роботи.

В розділі «Охорона праці в галузі» роботи було проаналізовано санітарно-гігієнічні, мікрокліматичні умови праці, рівень освітленості та акустичної характеристики кімнати, а також дотримання вимог електро- та пожежобезпечності.

В результаті аналізу умов праці працівників ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд» виявлено: метрологічні умови створюють сприятливі обставини для роботи та відповідають санітарним нормам; норми освітлення дотриманні; рівень шуму не перевищує норми; при дотриманні правил електробезпеки поразки електричним струмом не буде; кімната задовольняє вимоги пожежної безпеки.

7. У розділі «Безпека в надзвичайних ситуаціях» розглянуто питання моделювання уразливості ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд». Зокрема проаналізовано основні етапи організації та проведено дослідження надійності роботи стійкості об'єкту, мета дослідження полягає в тому, щоб виявити слабкі місця в роботі та виробити найбільш ефективні пропозиції спрямовані на підвищення його стійкості та основні дослідницькі групи за напрямками робіт.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ РОБІТ ЗА ТЕМОЮ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ**

1. Гораль А. Р. Маркетингова товарна політика підприємства / А. Р. Гораль // Матеріали X Всеукраїнської студентської науково - технічної конференції / В 2 т. – Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет ім. І.Пулюя (м. Тернопіль, 25-26 квітня 2017р.), 2017.– Т. 2. – С. 39.

2. Гораль А. Р. Маркетингова діяльність підприємства / А. Р. Гораль // Соціально-економічні аспекти розвитку економіки: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих учених (м. Тернопіль, 27- 28 квітня 2017 р.) / Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2017. – С.48.

## АНОТАЦІЯ

***Гораль А. Р. «Стратегічні засади управління товарною політикою» (на прикладі ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд»). – Рукопис.***

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2018.

Досліджена діюча практика управління товарною політикою ТОВ «Промислова база «Тернопільбуд». Проведена діагностика маркетингового середовища досліджуваного підприємства та SWOT-аналіз, визначено сильні та слабкі сторони, виявлено можливості і загрози підприємства, запропоновано шляхи вдосконалення управління товарною політикою підприємства.

Ключові поняття: маркетинг, макросередовище, мікросередовище, товарна політика, новий товар.

## SUMMARY

***Horol A. R. «Strategic management principles of product policy» (on the example «Industrial base «Ternopil'bud LTD»).* - *The manuscript.***

Research on achievement of Master Degree on a speciality 075 «Marketing». – Ternopil Ivan Puluj National Technical University. – Ternopil, 2018.

The current practice of product policy management of «Industrial base «Ternopil'bud LTD » is explored. The diagnostics of the marketing environment of the investigated enterprise and the SWOT-analysis were made, the strengths and weaknesses, the possibilities and threats of the enterprise were identified, ways of improving the management of the company's product policy were proposed.

Key concepts: marketing, macroenvironment, microenvironment, commodity policy, new product.