Міністерство освіти і науки України

Тернопільський НАЦІОНАЛЬНИЙ технічний Університет

імені Івана Пулюя

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

КАФЕДРА ПРОМИСЛОВОГО МАРКЕТИНГУ

**дМИТРІВ вАСИЛИНА вОЛОДИМИРІВНА**

**Оптимізація товарної політики підприємства (на прикладі тов «микулинецький Бровар»)**

Спеціальність 075 «Маркетинг»

**Автореферат**

дипломної роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Тернопіль - 2018

|  |  |
| --- | --- |
| Роботу виконано на кафедрі промислового маркетингу факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя. | |
| **Керівник роботи:** | кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  **Семенюк Світлана Богданівна** |
| **Рецензент:** | Доктор економічних наук, професор,  завідувач кафедри економіки та фінансів  **Панухник Олена Віталіївна,**  Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя |

Захист відбудеться 20 лютого 2018 р. о 10.00 годині на засіданні Державної екзаменаційної комісії кафедри промислового маркетингу факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя за адресою: м. Тернопіль, вул. Білогірська, 50, навчальний корпус №10.

Науковий керівник к.е.н., доцент Семенюк С.Б

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

**Актуальність теми**. В умовах економічної глобалізації, яка в ХХІ ст. стає вирішальним фактором світового та національного розвитку, ефективно функціонувати як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках можуть лише ті підприємства, які використовують концепцію маркетингу як технологію досягнення успіху в економічній діяльності, оскільки забезпечення виробництва на ринку товарів та їх просування споживачам шляхом реалізації маркетингових стратегій являють собою основу формування товарної політики сучасних українських підприємств.

Ефективний та довгостроковий розвиток підприємств залежить від конкурентних переваг, міцних ринкових позицій, обсягів реалізованої продукції, чистого прибутку та чітко сформованої маркетингової товарної політики. Провідну роль в маркетинговій товарній політиці займає товар. Роль товарної політики зростає в умовах нестабільного конкурентного та досить динамічного ринкового зовнішнього середовища. У підприємств з'являються нові партнери, ускладнюються виробничі зв'язки, змінюються ціни на ресурси, змінюється зовнішнє середовище. Основними завданнями товарної політики є управління якістю, конкурентоспроможністю, життєвим циклом товарів, товарним асортиментом та номенклатурою.

На сьогоднішній день ефективність та стабільність підприємств визначається передусім структурою асортименту. Тому однією з найбільших актуальних проблем не тільки для українських підприємств, але й підприємств усього світу є управління та оптимізація асортименту.

У наш час на більшості ринках конкуренція зростає, тому актуальним є питання пошуку підприємствами ціннісної пропозиції, що задовольнила б потреби клієнтів та забезпечила фінансову стабільність. Принципи і методи формування товарного асортименту набувають особливої уваги з боку менеджменту підприємства. На сьогодні не існує єдиного підходу щодо формування та управління товарним асортиментом, його оптимізації, тому кожне підприємство формує асортимент відповідно до специфіки своєї діяльності та особливостей навколишнього середовища. Управлінські рішення щодо формування товарного асортименту традиційно знаходяться в полі дослідження науковців і практиків через свою актуальність. Це і обумовило вибір теми дослідження.

**Мета роботи:** розроблення рекомендацій та конкретних заходів організаційно-економічного характеру, спрямованих на оптимізацію маркетингової товарної політики підприємства.

**Об’єкт, методи та джерела дослідження.** Об’єктом дослідженняє процес формування маркетингової товарної політики ТОВ «Микулинецький Бровар». Методи дослідження: теоретичною та методичною основою дипломної роботи стали наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених з питань маркетингової товарної політики, статистична та бухгалтерська звітність підприємства, матеріали періодичних видань.

**Наукова новизна отриманих результатів.** Наукова новизнадослідження полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо оптимізації товарної політики на ТОВ «Микулинецький Бровар».

**Практичне значення отриманих результатів** дипломної роботи полягає в можливості застосування запропонованих заходів в діяльності ТОВ «Микулинецький Бровар».

**Апробація результатів дослідження.** Результати наукових досліджень і основні положення дипломної роботи були обговоренні на 2 науково-практичних конференціях: Всеукраїнська студентська науково-технічна конференція «Природниці та гуманітарні науки. Актуальні питання» (м. Тернопіль, ТНТУ, 25-26 квітня 2017р.), конференція VI молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» **(**м. Тернопіль, ТНТУ, 28 квітня 2017 р.).

**Структура роботи.** Дипломна робота складається із вступу, семи розділів, висновків, додатків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 124 сторінки комп’ютерного тексту, у тому числі 12 таблиць, 10 рисунків, список використаних джерел містить 96 найменувань та додатків.

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

**У вступі** проведено обґрунтування актуальності теми дослідження та охарактеризовано основні завдання, які необхідно вирішити .

**У першому розділі –** «Теоретико-методичні аспекти формування маркетингової товарної політики» визначається сутність понять товарна політика,товарний асортимент, методи його формування та підходи управління та оптимізації товарної політики.

**У другому розділі –** «Аналіз товарної політики ТОВ «Микулинецький Бровар»здійснено оцінку ринку зарубіжного та вітчизняного ринку пива та дана економічна характеристика підприємства, досліджено товарну політики, а також здійснено АВС-аналіз асортименту продукції ТОВ «Микулинецький Бровар».

**У третьому розділі** – «Оптимізація товарної політики ТОВ «Микулинецький Бровар» був розроблений оптимальний товарний портфель підприємства, надано пропозиції щодо використання оптимізаційних моделей при формуванні товарної політики досліджуваного підприємства.

**У четвертому розділі** – «Нормативно-правова база маркетингової діяльності» було проаналізовано, що процесі свого функціонування ТОВ «Микулинецький Бровар» керується значною кількістю законів і інших правових актів.

**У п’ятому розділі** - «Обґрунтування економічної ефективності»розглянуто питання організації оптимальної товарної політики і проведено розрахунки техніко-економічної ефективності проектних рішень.

**У шостому розділі -** «Охорона праці в галузі»розглянуто питання планування робіт по охороні праці на дільниці, проведення інструктажів з питань охорони праці досліджено, що на підприємстві налагоджена система охорони праці, керівництво надає всі умови для поліпшення умов праці.

**У сьомому розділі -** «Безпека в надзвичайних ситуаціях»проаналізовано структуру цивільного захисту підприємства, представлена схема управління структури цивільного захисту ТОВ «Микулинецький Бровар».

Таким чином, різні аспекти дослідження товарної політики можуть підвищити ефективність роботи підприємства. Товарна політика як один з основних елементів маркетингу дає змогу ефективно пристосовувати підприємство до конкурентних вимог сучасного ринку.

**ВИСНОВКИ**

У дипломній роботі досліджено основні поняття, пов’язані із розумінням змісту товарної політики підприємства; розглянуто методи формування товарного асортименту; визначено та систематизовано підходи що управління та оптимізації товарної політики підприємства. Це дозволить, на протязі тривалого періоду часу постійно збільшувати (або, як мінімум, збалансовувати) прибуток, а також правильне формування товарного асортименту ТОВ «Микулинецький Бровар» буде сприяти зростання товарообігу і швидкості реалізації продукції, а також задоволення попиту споживачів.

1. Досліджуючи визначення товарної політики, у роботі систематизовано трактування цього поняття, визначено складові та цілі маркетингової товарної політики, охарактеризовано поняття «товарний асортимент», «товарна асортиментна політика».
2. Досліджено методи формування товарного асортименту підприємства, де виділено основні принципи та підходи з позиції різних авторів. Слід також звернути увагу на той факт, що одні й ті ж самі методи різні автори відносять або до методів оцінки, або до методів формування, або управління та оптимізації асортименту. Оскільки оцінка, формування, управління та оптимізація асортименту є складовими товарної політики підприємства, можна стверджувати, що дані методи належать до методів формування товарної політики.
3. Спираючись на цільову спрямованість асортиментної політики, в роботі систематизовано та визначено коло підходів щодо управління асортиментом, охарактеризовано їхні переваги та недоліки.
4. ТОВ «Микулинецький Бровар» - це підприємство [харчової промисловості](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B0%D1%80%D1%87%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C) України, зайняте у галузі виробництва та реалізації пива і безалкогольних напоїв. Його відносять до найстаріших [броварень](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BD%D1%8F) України.
5. Товарним асортиментом ТОВ «Микулинецький Бровар» є сукупність усіх товарних одиниць, що їх пропонує покупцям дане підприємство. Основними характеристиками товарного асортименту ТОВ «Микулинецький Бровар» є ширина (складає три асортиментні групи: пиво, безалкогольні напої, віскі), глибина (пиво: 17 позицій, безалкогольні напої: 9 позицій, віскі: 1), насиченість (складає 27 асортиментних позицій), новизна (останнім часом введено 2 нові продукти, які в більшій мірі задовольняють смаки споживачів: пиво «Barley wine» та «Микулинецькі напої зі смаком смородини»), стабільність (продукція пивзаводу користується стабільним попитом), структура асортименту (63% асортименту складає пиво, 33% - безалкогольні напої, і лише 0,3% - віскі) та гармонійність (можна вважати, що асортимент є гармонійним, оскільки задовольняє подібні потреби споживачів).
6. Для оптимізації формування асортименту найбільш доцільним для підприємства ТОВ «Микулинецький Бровар» є метод АВС та XYZ –аналізу. АВС-аналіз є оперативним для виявлення проблем, які необхідно вирішити шляхом визначення їхньої пріоритетності. АВС-аналіз – метод, який дозволяє класифікувати асортимент товарів за ступенем їх важливості у відповідності до певного параметру (надходження коштів, прибутку і т.д.). XYZ-аналіз дозволяє провести класифікацію товарних позицій магазину в залежності від характеру споживання та точності прогнозування змін в їх попиті.
7. Формуючи асортимент підприємство враховує, з одного боку, попит на продукцію, а з другого - найефективніше використання трудових, сировинних, технічних, технологічних, фінансових та інших ресурсів.
8. Підприємство здійснює оптимізацію товарного асортименту із застосуванням маркетингового інструментарію. Також оптимізація товарного асортименту ТОВ «Микулинецький Бровар» здійснюється визначенням раціональної асортиментної політики, з урахуванням зміни платоспроможного попиту споживачів, запровадженням економіко-математичного моделювання, та ефективного формування товарних запасів через оптимізацію оборотних коштів на придбання товарів, що забезпечує зростання збутового потенціалу.

Крім оптимізації існуючого асортименту підприємство бере до уваги перспективи виведення на ринок нових видів товарів. І вже на етапі планування враховує, який вплив на діяльність вчинить просування на ринок нового товару.

1. При формуванні асортименту і структури випуску продукції підприємство враховує, з одного боку, попит на дані види продукції, а з іншого боку - найбільш ефективне використання трудових, сировинних, технічних, технологічних, фінансових і інших ресурсів, що маються в його розпорядженні.

Для ефективної і прибуткової діяльності ТОВ «Микулинецький Бровар» здійснює розрахунок ефективного товарного асортименту. Визначення і використання в процесі аналізу товарного асортименту показників, що характеризують його повноту і стійкість.

1. На основі АВС та XYZ –аналізу запропоновано зняти з виробництва товари, які приносять підприємству найменші прибутки, а також просувати на ринок нові товари, які дозволять отримати значно кращі фінансові результати.
2. Формування нормативно-правової бази ТОВ **«Микулинецький Бровар» -** одна із важливих передумов його становлення та розвитку. Законодавство у сфері підприємства становить єдину систему як за взаємною узгодженістю норм, так і за цілісністю нормативно - правового регулювання.
3. Для того щоб на підприємстві ТОВ «МИкулинецький Бровар» була забезпечена охорона праці, на підприємстві працює інженер з охорони праці. Для поліпшення стану охорони праці на ТОВ «Микулинецький Бровар» та уникнення аварій і нещасних випадків на виробництві працівники дотримуються вимог внутрішніх організаційних документів підприємства.
4. З метою запобігання виникнення надзвичайної ситуації техногенного та природного характеру на підприємстві здійснюються заходи інженерного захисту під час проектування, й експлуатації споруд ,торгових залів та інших об'єктів господарювання, наслідки діяльності яких можуть шкідливо вплинути на безпеку, та персоналу об`єктів торгівлі, чи вплинути на довкілля.

В усіх випадках передбачаються заходи, які забезпечують своєчасне приведення захисних споруд у готовність до надійного укриття людей.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ РОБІТ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ**

1. Бойко В.В. Товарна політика в сучасних умовах / В.В. Бойко // Зб. тез доповідей на VII Регіональної науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств у сучасному науково-технічному середовищі». – м. Тернопіль, ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017 – с. 50.
2. Бойко В.В. Товарна номенклатура / В.В. Бойко // Зб. тез доповідей на Х Всеукраїнській студентській науково-технічній конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». – м. Тернопіль, ТНТУ, 2017. – с. 26.

**АНОТАЦІЯ**

**Дмитрів В. Оптимізація товарної політики підприємства на прикладі ТОВ «Микулинецький Бровар». – Рукопис.**

Дослідження на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2018.

Досліджена товарна політика підприємства ТОВ «Микулинецький Бровар». Проведена діагностика товарного асортименту за допомогою ABC-аналізу продукції підприємства, запропоновано шляхи щодо оптимізації товарного асортименту підприємства.

Ключові поняття: товар, товарна політика, товарний асортимент, товарний портфель, оптимізація.

**SUMMARY**

**Dmitriv V. Optimization of commodity policy of the enterprise on the example of LLC "Mikulinetsky Brovar". - The manuscript.**

Research on obtaining the educational qualification level of the master's degree in the field of training 075 "Marketing" - Ternopil National Technical University named of Ivan Puluj. - Ternopil, 2018.

Investigated commodity policy of the enterprise "Mikulinetsky Brovar" LLC is investigated. Diagnostics of the product range is carried out, and ABC-analysis of the products of the investigated company on the basis of marketing.

Key concepts: product, commodity policy, product range, commodity portfolio, optimization.