

УЗ(44кр) 42
М 27



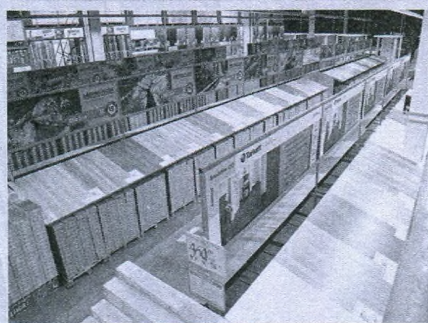
Захарченко П.В.,
Герєга О.В.,
Скрипник А.Л.,
Артарі-Колумб Б.Ю.,
Вотченікова О.В.,
Еркес О.Є.,
Омельяненко О.П.,
Горда І.О.



МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Навчальний посібник
для студентів вищих навчальних
закладів



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Захарченко П. В., Герєга О. В.,
Скрипник А. Л., Артарі-Колумб Б. Ю., Вотченікова О. В.,
Еркес О. Є., Омеляненко О. П., Горда І. О.

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Навчальний посібник
для студентів вищих навчальних закладів

Київ
2016

УДК 339.138.02
ББК 65.42-2
М26

Рецензенти:

В. М. Лич, д-р екон. наук, професор
О. В. Кендюхов, д-р екон. наук, професор
Н. Е. Дєєва, д-р екон. наук, доцент

*Рекомендовано до видання Вченою радою
Київського національного університету будівництва і архітектури,
протокол № 35 від 26.06.2015 р.*

М26 **Маркетингова товарна політика:** навчальний посібник / П. В. Захарченко, О. В. Герега, А. Л. Скрипник, Б. Ю. Артарі-Колумб, О. В. Вотченікова, О. Є. Еркес, О. П. Омеляненко, І. О. Горда. - за заг. ред. П. В. Захарченка. - К.: КНУБА, 2016. - 144 с.
ISBN 978-966-2370-37-9

Навчальний матеріал викладено у спрощеному й узагальненому вигляді, що дозволяє студентам за його допомогою в короткий термін опанувати основи розробки та реалізації маркетингової товарної політики торговельних підприємств.

Призначено для студентів напрямку 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність".

УДК 339.138.02
ББК 65.42-2

ISBN 978-966-2370-37-9

© Захарченко П. В., Герега О. В., Скрипник А. Л.,
Артарі-Колумб Б. Ю., Вотченікова О. В.,
Еркес О. Є., Омеляненко О. П., Горда І. О., 2016
© КНУБА, 2016
© Видавництво "СПД Павленко", 2016
© Дизайн Павленко В. О., 2016

ЗМІСТ

ВСТУП	7
1. ТОВАР ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ	8
1.1. Сутність поняття "товар". Товарне господарство.....	8
1.2. Класифікація товарів.....	9
1.3. Послуга як специфічний товар.....	15
1.4. Теорія життєвого циклу товару.....	17
2. ВЛАСТИВОСТІ ТОВАРУ, ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК	26
2.1. Сутність та склад споживних властивостей товару.....	26
2.2. Якість товару: сутність, показники, способи визначення.....	28
2.3. Вартість товару як економічна категорія.....	30
2.4. Ціна товару як економічна категорія. Методи ціноутворення.....	32
2.5. Конкурентоспроможність товару: сутність, зв'язок із якістю та вартістю. Методи визначення конкурентоспроможності.....	40
2.6. Маркетингові властивості товару.....	44
3. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ТОВАРУ ТА ПРИНЦИПИ ЙОГО ПОБУДОВИ	46
3.1. Сутність та склад комплексу маркетингу товару, його роль в маркетинговій діяльності підприємства.....	46
3.2. Торгова марка як елемент комплексу маркетингу товару (на прикладі ТОВ "Епіцентр К").....	49
3.3. Упаковка в структурі комплексу маркетингу товару (на прикладі ТОВ "Епіцентр К").....	55
3.4. Сервіс у структурі комплексу маркетингу товару (на прикладі ТОВ "Епіцентр К").....	59
4. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	64
4.1. Сутність та основні складові маркетингової товарної політики підприємства, її місце в системі маркетингу підприємства.....	64
4.2. Маркетингова стратегія підприємства як основа розробки його товарної політики.....	65
4.3. Типи ринкових структур та їх вплив на маркетингову товарну політику підприємства.....	66

5. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	69
5.1. Сутність та класифікація нових товарів. Організація розробки нових товарів на підприємстві.....	69
5.2. Маркетингова підготовка до розробки нових товарів.....	70
5.3. Процес розробки нових товарів.....	81
5.4. Визначення елементного та функціонального наповнення нового товару за допомогою функціонально-вартісного аналізу.....	83
6. ТОВАРНІ АСПЕКТИ СПОЖИВЧОГО ВИБОРУ	85
6.1. Поняття корисності товару, її види. Закон спадної граничної корисності товару.....	85
6.2. Сутність рівноваги споживача, механізм її встановлення та підтримання.....	88
6.3. Реакція споживача на зміну цін товарів. Крива «ціна - споживання» та крива індивідуального попиту на товар	92
6.4. Сутність попиту; фактори, які його визначають.....	94
6.5. Сутність цінової еластичності попиту. Фактори, що її визначають.....	96
6.6. Взаємодія попиту та пропозиції. Встановлення та підтримання ринкової рівноваги.....	97
7. ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ "ЕПІЦЕНТР К")	101
7.1. Сутність та основні характеристики асортименту, їх вплив на маркетингову діяльність торговельного підприємства.	101
7.2. Порядок формування та оптимізації товарного асортименту.....	106
8. СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	118
8.1. "Господарський портфель" підприємства: сутність та склад.....	118
8.2. Сутність, призначення, види та порядок розширення сфери діяльності фірми.....	119
8.3. Формування продуктово-товарних стратегій підприємства на основі SWOT-аналізу.....	128
Тестові завдання з дисципліни.....	130
Список використаної та рекомендованої літератури.....	140