

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему

**«Активізація продажів міжкімнатних
дверей шляхом покращення їх
асортименту та якості»**

**Виконав: здобувач 4 курсу,
групи ПТБ-20зс
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Сушко Юрій Миколайович
Керівник: Рижкова Г.А., к.е.н.,
доцент**

м. Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Сушко Ю.М. Активізація продаж міжкімнатних дверей за рахунок покращення їх асортименту та якості.

В першому розділі було проаналізовано ринок та основні тенденції у споживчих перевагах міжкімнатних дверей в Україні. Наведено кваліфікацію та структуру асортименту досліджуваної групи, проаналізовано інновації в їх виробництві, розглянуто асортиментний ряд дверних полотен.

В другому розділі виконано порівняння міжкімнатних дверей провідних виробників на ринку України. Розглянуто практичні аспекти формування асортименту та якості міжкімнатних дверей. Досліджено діяльність торговельно-виробничого процесу підприємства ФОП «І.П. Гордійчук», розраховано його асортимент і за широтою, глибиною і стійкістю.

В третьому розділі визначено портрет потенційного споживача міжкімнатних дверей. Розглянуто та проаналізовано напрями активізації продаж з урахуванням великої конкуренції та головних побажань клієнтів.

Ключові слова: асортимент, міжкімнатні двері, торговельно-виробничий процес, продажі, якість

SUMMARY

Sushko Y.M. Intensification of sales of interior doors by improving their range and quality.

The first section analyzes the market and the main trends in consumer preferences for interior doors in Ukraine. The qualifications and structure of the assortment of the studied group are presented, innovations in their production are analyzed, and the assortment range of door leaves is considered.

The second section compares interior doors of leading manufacturers in the Ukrainian market. The practical aspects of forming the assortment and quality of interior doors are considered. The division of the trade and production process of the I.P. Gordiychuk PE enterprise is investigated, its assortment is calculated in terms of breadth, depth and stability.

The third section defines the portrait of a potential consumer of interior doors. The directions of sales intensification are considered and analyzed, taking into account the great competition and the main wishes of customers.

Keywords: assortment, interior doors, trade and production process, sales, quality

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти формування асортименту та якості міжкімнатних дверей	10
1.1. Аналіз ринку міжкімнатних дверей в Україні	10
1.2. Класифікація та характеристика асортименту міжкімнатних дверей	15
1.3. Фактори, що впливають на якість міжкімнатних дверей	22
РОЗДІЛ 2. Дослідження асортименту та якості міжкімнатних дверей українського виробництва	26
2.1. Загальна характеристика торговельно-виробничого процесу підприємства ФОП «І.П. Гордійчук»	26
2.2. Особливості асортименту міжкімнатних дверей досліджуваного виробника	34
2.3. Порівняльна характеристика міжкімнатних дверей українського виробництва	39
РОЗДІЛ 3. Активізація продаж міжкімнатних дверей на підприємстві	41
3.1. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів та перелік використовуваних факторів збільшення продажів	41
3.2. Впровадження нових шляхів, що стимулюють активізацію продажів	46
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДОДАТКИ	