

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-19 зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Мусаєв Рустам Азерович

Керівник: Шевченко В.М., к.держ.упр., доцент

Дніпро

2023

А Н О Т А Ц І Я

Мусасєв Р. А. Вдосконалення асортиментної політики підприємства роздрібної торгівлі.

В кваліфікаційній роботі розглянуто поняття асортименту продукції підприємства, особливості формування асортиментної політики підприємства, методи планування асортименту підприємства. З урахуванням специфіки продукції підприємства ТОВ «РУШ» та конкурентних умов запропоновано впровадити в асортимент ТОВ «РУШ» продукцію екологічного, натурального походження, зі створенням власної торгової марки, яка буде називатися «Есо EVA». Випуск даної продукції під власною торговою маркою буде мати передумови до успіху, оскільки ТОВ «РУШ» має на даний момент широкий асортимент товарів, які виробляються на замовлення підприємства під власними торговими марками. Доведено, що даний захід з розширення асортименту ТОВ «РУШ» товарами власної торгової марки буде ефективним, оскільки принесе додаткову економічну ефективність.

Ключові слова: асортимент, торгівля, роздріб, управління, політика, конкуренція, просування.

SUMMARY

Musayev R. A. Improvement of the assortment policy of the enterprise retail trade.

The bachelor's thesis considers the concept of the company's product range, the peculiarities of the formation of the company's product range policy, and the methods of planning the company's product range. Taking into account the specifics of the products of the «RUSH» enterprise and competitive conditions, it is proposed to introduce into the assortment of the «RUSH» enterprise products of ecological, natural origin, with the creation of its own trademark, which will be called «Eco EVA». The release of this product under its own brand will have prerequisites for success, since the «RUSH» enterprise currently has a wide range of products that are manufactured to order of the company under its own brands. It has been proven that this measure to expand the assortment of the «RUSH» enterprise with its own brand products will be effective, as it will bring additional economic efficiency.

Keywords: assortment, trade, retail, management, policy, competition, promotion.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1. Поняття асортименту продукції підприємства.....	10
1.2. Особливості формування асортиментної політики підприємства.....	16
1.3. Методи планування асортименту.....	22
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «РУШ».....	27
2.1 Характеристика господарської діяльності підприємства.....	27
2.2. Аналіз та оцінка асортиментної політики ТОВ «РУШ».....	39
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство.....	48
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції.....	54
2.5. SWOT-аналіз.....	58
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «РУШ».....	63
3.1. Основні заходи вдосконалення асортиментної політики підприємства.....	63
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів.....	68
3.3. Оцінка економічного ефекту від впроваджених запропонованих заходів	76
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	86