

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи Мгр19-1
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Бабічев Дмитро Андрійович

ПІБ

*Керівник: Мостова А. Д., доктор
економічних наук, доцент*

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Бабічев Д.А. «Товарний асортимент підприємства та особливості його формування»

У кваліфікаційній роботі проаналізовано теоретично-методичні основи управління асортиментної політики підприємства та оцінки її ефективності. Проаналізовано основні показники діяльності підприємства, асортиментну та маркетингову політику підприємства та визначено рівень його конкурентоспроможності на вітчизняному ринку тактичного одягу. Проведено ABC-XYZ-аналіз товарного асортименту підприємства та визначено ті групи товарів, які здатні принести підприємству найбільші прибутки. Розроблено напрями оптимізації товарної та географічної структури продукції підприємства. Наведено пропозиції виходу підприємства на нові ринки збуту. Наведено оцінку ефективності запропонованих заходів та доведено їх результативність для досліджуваного підприємства.

Ключові слова: асортиментна політика, ефективність, товарний асортимент, ринок збуту, маркетингова стратегія.

SUMMARY

Babichev D.A. " Product range and features of its formation"

The qualification work analyzes the theoretical and methodological foundations of managing the assortment policy of the enterprise and evaluating its effectiveness. The main indicators of the enterprise's activity, assortment and marketing policy of the enterprise are analyzed and the level of its competitiveness in the domestic market of tactical clothing is determined. An ABC-XYZ-analysis of the product range of the enterprise is carried out and those groups of goods that can bring the company the greatest profit are identified. Directions for optimizing the product and geographical structure of the enterprise's products have been developed. Proposals for the enterprise to enter new markets are presented. The efficiency of the proposed measures is evaluated and their effectiveness for the studied enterprise is proved.

Keywords: assortment policy, efficiency, product mix, sales market, marketing strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Асортиментна політика як складова маркетингової товарної політики	9
1.2. Фактори, що впливають на формування товарного асортименту на підприємстві	14
1.3. Методичний інструментарій для управління товарним асортиментом підприємства	20
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ БРЕНДУ «М-ТАС»	28
2.1. Аналіз показників техніко-економічної діяльності бренду «М-ТАС»	28
2.2. Оцінка товарного асортименту портфеля бренду «М-ТАС»	32
2.3. Аналіз ринку тактичного одягу	39
2.4. Сегментування ринку продукції	42
2.5. SWOT- аналіз бренду «М-ТАС»	45
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ БРЕНДУ«М-ТАС»	48
3.1. Розробка заходів з вдосконалення стимулювання збуту	48
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	54
3.3. Економічна доцільність (очікуваний ефект) запропонованих заходів	57
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64