

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА ТА
ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Мовчан Анна Олександрівна

ПІБ

Керівник: Мішустіна Т.С., канд. е. н., доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ *

Мовчан А.О. Товарний асортимент підприємства та особливості його формування

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні положення формування, аналізу та оптимізації товарного асортименту підприємства на прикладі ТОВ " Вигідна покупка ". Розглянуто основні аспекти формування товарного асортименту, методи його аналізу та стратегічного управління. Здійснено аналізу поточного стану підприємства, включаючи характеристику діяльності, аналіз ринку, позиціонування, SWOT-аналіз та маркетингові дослідження, зокрема аналіз товарного асортименту. Представлено шляхи особливості формування товарного асортименту через розробку стратегії розширення асортименту та оцінку економічної ефективності запропонованих заходів. На основі проведених досліджень та аналізу надано висновки.

Ключові слова: товарний асортимент, аналіз, стратегія, оптимізація, позиціонування, ефективність, ТОВ "Аврора".

SUMMARY

Movchan A.O. The product range of the enterprise and the peculiarities of its formation

In the qualification work of the bachelor, the theoretical and methodological provisions of the formation, analysis and optimization of the company's product assortment are considered as an example of PROFITABLE PURCHASE LLC. The main aspects of product assortment formation, methods of its analysis and strategic management are considered. An analysis of the current state of the enterprise was carried out, including a description of the activity, market analysis, positioning, SWOT analysis and marketing research, in particular, an analysis of the product range. The ways of improving the product range through the development of a strategy for expanding the range and evaluating the economic efficiency of the proposed measures are presented. Conclusions are provided on the basis of the conducted research and analysis.

Keywords: product assortment, analysis, strategy, optimization, positioning, efficiency, Aurora LLC.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Основи формування товарного асортименту.	9
1.2. Методи аналізу та планування товарного асортименту.	16
1.3. Стратегічне управління та оптимізація товарного асортименту.	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПОТОЧНОГО СТАНУ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ТОВ " Вигідна покупка "	27
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ " Вигідна покупка ".	27
2.2. Аналіз ринку роздрібної торгівлі в Україні на якому працює компанія ТОВ «Вигідна покупка».	31
2.3. Позиціонування та сегментування послуг компанії ТОВ " Вигідна покупка ".	38
	41
2.4. Аналіз товарного асортименту ТОВ " Вигідна покупка ".	
2.5. SWOT-аналіз діяльності ТОВ " Вигідна покупка ".	
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ТОВ " ВИГІДНА ПОКУПКА ТОВ " Вигідна покупка "	52
3.1. Розробка стратегії розширення асортименту за рахунок введення нових товарів.	52
3.2. Результати стратегії розширення асортименту за рахунок введення нових товарів.	57
3.3. Економічна ефективність від запровадження запропонованих заходів.	58
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТКИ	72

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Божкова В. В. Стратегічне планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Суми: «Вид-во СумДУ», 2010. 305 с.
2. Вінніченко І. І. Маркетинг : практикум : навч. посібник для студ. вузів. Донецьк : Юго-Восток, 2013. 407 с.
3. Гриб Т. О. Сучасна модель системи стимулювання збуту продукції підприємства. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2018. С. 43–48.
4. Дослідження українського ринку FMCG. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/doslidzhennya-ukrayinskogo-rynku-fmcga> (дата звернення: 20.05.2024).
5. Захожай В. Б., Романова Л. В., Головач Н. А. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. К. : Персонал, 2015. 606 с.
6. Капелюшна Т. В., Ткаченко І. С. Private label як дієвий захід формування товарного асортименту. *Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку*: Матеріали II Міжнародної науковопрактичної конференції (м. Київ, 11 – 12 лютого 2021 року). К.: ДУТ, 2021. С. 189–193.
7. Капелюшна Т. В. Формування товарного асортименту на підприємствах. *Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (15 – 16 лютого 2022 року) – Київ: Державний університет телекомунікацій, 2022. С. 37–39.
8. Квантовий стрибок: як мережа Аврора підкорює ринок ЄС. URL: <https://gau.ua/personalii/kvantovij-stribok-avrora/> (дата звернення: 20.05.2024).
9. Колесніков В. П. Формування та оптимізація товарного асортименту

підприємства для внутрішнього і зовнішнього ринку. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Економіка. 2013. Вип. 23. С. 48–50.

10. Костромін А. О. Основні аспекти управління товарним асортиментом бізнес-організації. *Молодий вчений*. 2021. № 1(2). С. 163–166.

11. Лищенко М. О. Аудит асортименту як напрям підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, вересень 2018. № 10(38). С. 25–30.

12. Лищенко М. О. Формування товарного асортименту як складова розвитку маркетингу в підприємницьких структурах. *Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору»*. Полтава, 2020. С. 152–155.

13. Лищенко М. О., Бойко І., Білоус В. Обґрунтування ефективного забезпечення маркетингової стратегії підприємства: асортимент-якість-ціна. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. №5 (16). С. 144–152.

14. Малюк С. О. Показники та методи оцінки ефективності системи управління товарним асортиментом. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2014. Випуск 6. Частина 3. С. 22–25.

15. Окландер М. А., Жарська І. О. Поведінка споживача. Навчальний посібник. ЦУЛ, 2017. 208 с.

16. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика : підручник. Центр учбової літератури. 2020. 284 с.

17. Оптимізація та планування асортименту товарів в магазині. 2023. URL: <https://planohero.com/uk/blog/product-assortment-in-chain-stores/> (дата звернення: 20.05.2024).

18. Останкова Л., Літвінов Ю., Літвінова Т. Ціноутворення в умовах ринку. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 400 с.

19. Офіційне представництво ТОВ «Вигідна покупка» URL:

<https://avroga.ua/> (дата звернення: 20.05.2024).

20. Офіційне представництво ТОВ «Вигідна покупка». URL: <https://avroga.ua/magazynu/> (дата звернення: 20.05.2024).

21. Офіційне представництво ТОВ «Вигідна покупка». URL: <https://avroga.ua/top-tovari/> (дата звернення: 20.05.2024).

22. Офіційне представництво ТОВ «Вигідна покупка». URL: <https://t.me/Avrogaua> (дата звернення: 20.05.2024).

23. Офіційне представництво ТОВ «Вигідна покупка». URL: <https://www.facebook.com/avroga.multimarket> (дата звернення: 20.05.2024).

24. Офіційне представництво ТОВ «Вигідна покупка». URL: <https://www.instagram.com/avroga.multimarket/> (дата звернення: 20.05.2024).

25. Офіційне представництво ТОВ «Вигідна покупка». URL: <https://www.youtube.com/channel/UCMIQPAmwj86Gf0gtakRSVJA> (дата звернення: 20.05.2024).

26. Плахотнікова Л. О. Маркетинг: практикум. Частина II : навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 108 с. URL : http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1707_97507936.pdf (дата звернення: 20.05.2024).

27. Романченко Н. В., Ковранська А. І. Особливості стимулювання збуту продукції на ринку fmcg у сучасних економічних умовах. *Наукові праці НаУКМА. Економіка* 2019, Вип. 4 Випуск 1. С. 88–94.

28. Савченко К. А. Оптимізація товарного асортименту ергономічної продукції. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108731/103678> (дата звернення: 20.05.2024).

29. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

30. Скопенко Н. С. Теоретико-методичні підходи до формування та оптимізації товарного асортименту підприємства. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/107d23b8-fa14-4872-a2e9-e0077942318d/content> (дата звернення: 20.05.2024).

31. Товарний асортимент і номенклатура. URL:

<https://sites.google.com/site/marketingdistance/%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0-5/5-4->

[%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D1%96-%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0](#) (дата звернення: 20.05.2024).

32. Хамініч С. Ю., Сокол П. М., Карасьова Т. Є. Специфіка розробки та оцінки комплексу маркетингових комунікацій в умовах конкурентного бізнес-середовища. *Держава та регіони*. Серія : Економіка та підприємництво. 2020. № 3(2). С. 22–28.

33. Хамініч С. Ю., Сокол П. М., Чубакова А. А. Формування асортиментної політики суб'єкта господарювання у сучасних умовах. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 53. С. 129–134.

34. Хамініч С. Ю., Сокол П. М., Демяненко Н. О. Формування асортименту товарів кондитерських виробів на ринку України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 29(2). С. 5–10.

35. Холодний Г. О. Розвиток управління маркетингом на підприємствах : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. 256 с.

36. Шереметинська О. В., Невмержицька Ю. Стимулювання збуту: заходи та засоби, які допомагають при формуванні маркетингової діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. No 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=47858>. (дата звернення: 20.05.2024).

37. Шовкун Л. В., Салогуб В. О., Гарькун А. О. Сутність товарного асортименту та основні принципи його формування. *Вісник ХНАУ*. Серія: Економічні науки. 2017. № 3. С. 166–173.

38. 6 stages involved in sales promotion planning. URL: <https://www.yourarticlelibrary.com/sales-management/6-stages-involved-in-sales-promotion-planning/40530> (дата звернення: 20.05.2024).

39. 7 of the best ways to advertise agricultural products. URL:

<https://www.fwi.co.uk/mediacentre/2015/12/16/7-of-the-best-ways-to-advertise-agricultural-products/> (дата звернення: 20.05.2024).

40. Strategic Optimization In Supply Management. URL: <https://buymadeeasy.com/en/blog/strategic-optimization-in-supply-management> (дата звернення: 20.05.2024).

41. What are the most comprehensive and effective product analysis methods? URL: <https://www.linkedin.com/advice/0/what-most-comprehensive-effective-product-analysis-kfj0e> (дата звернення: 20.05.2024).

42. Фінансова звітність за 2023 рік
URL: https://clarity-project.info/edr/24370724/finances?current_year=2023 (дата звернення: 03.06.2024).

43.5S

URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/5S>