

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Товарний асортимент торговельного підприємства та шляхи його удосконалення»

Виконала здобувачка 2 курсу,
Групи МГ-18 вч
Спеціальності 075 «Маркетинг»
Ткалич Юлія Олександрівна

Керівник: д-р екон. наук, проф.
Тараненко Ірина Всеволодівна

**Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Ткалич Ю.О. Товарний асортимент торговельного підприємства та шляхи його удосконалення

В кваліфікаційній роботі магістра проведено аналіз ринку оптово-роздрібної торгівлі, виконано аналіз внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища ТОВ «Метро кеш ендкеррі». Досліджено споживацькі уподобання щодо вибору торговельної точки, виконано ABC-аналіз торговельного асортименту підприємства та розроблено рекомендації щодо його вдосконалення. Впровадження в практичну діяльність компанії запропонованих заходів та реалізація програми із удосконалення товарного асортименту дозволить ТОВ «Метро Кеш енд Керрі» підвищити обсяги продажів та залишатися лідером на ринку.

Ключові слова: асортимент, ринок, маркетингове середовище, споживацькі уподобання, ABC-аналіз, прибуток.

SUMMARY

Tkalich Yu.O. Commodity assortment of trade enterprise and ways of its improvement

In master's thesis have been analyzed the wholesale and retail trade market was carried out, the analysis of the internal and external marketing environment of Metro Cash & Carry LLC was carried out. Consumer preferences regarding the choice of outlet have been researched, the ABC-analysis of the trade assortment of the enterprise has been carried out and recommendations for its improvement have been developed. The implementation of the proposed activities in the company and the implementation of the program to improve the product range will allow Metro Cash & Carry LLC to increase sales and remain a market leader.

Keywords: assortment, market, marketing environment, consumer preferences, ABC analysis, profit.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ В ОПТОВО-РОЗДРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	8
1.1. Сутність та зміст поняття «товарний асортимент»	8
1.2. Формування асортименту товарів на оптово-роздрібних торгових підприємствах	10
1.3. Форми організації оптової і роздрібної торгівлі.....	19
1.4. Напрями підвищення якості товарного асортименту на підприємствах ...	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРРІ УКРАЇНА»	33
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства	33
2.2. Аналіз ринку оптово-роздрібної торгівлі.....	48
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	59
2.4. SWOT-аналіз підприємства	64
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ З ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРРІ»	67
3.1 АВС-аналіз асортименту ТОВ «Метро Кеш енд Керрі».....	67
3.2. Рекомендації з оптимізації товарного асортименту підприємства	81
ВИСНОВКИ.....	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89
ДОДАТКИ.....	93