

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ»

Виконала: здобувач 2 курсу,
групи МГ-18м

Спеціальності 075 Маркетинг

Козлова Дар'я Михайлівна

Керівник: Шевченко В.М., кдерж.упр., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Козлова Д. М. Товарний асортимент підприємства та особливості його формування.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні засади дослідження товарного асортименту компанії «THE CROPS», здійснено аналіз маркетингового середовища компанії, розроблено рекомендації щодо вдосконалення системи формування товарного асортименту компанії «THE CROPS». У процесі роботи зроблено висновки та пропозиції щодо формування раціональної структури товарного асортименту компанії. Результати розробок можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності.

Ключові слова: товарний асортимент, асортиментна політика, маркетингове середовище, ефективність.

SUMMARY

Kozlova D. M. The product range of the enterprise and the features of its formation.

In master's thesis is devoted to the theoretical-methodological basis of the study of the product mix of THE CROPS were reviewed, an analysis of the marketing environment of the company was made, recommendations were developed to improve the formation of the product mix of THE CROPS. In the process, conclusions and suggestions were made on the formation of a rational structure of the company's product mix. Development results can be used in practical marketing activities.

Keywords: product assortment, assortment policy, marketing environment, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Сутність асортименту та види асортиментної політики підприємства	9
1.2. Особливості формування товарного асортименту підприємства	16
1.3. Методичні підходи до оцінки товарного асортименту підприємства	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА КОМПАНІЇ «THE CROPS»	31
2.1. Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища компанії «THE CROPS»	31
2.2. Огляд основних тенденцій ринку	37
2.3. Аналіз маркетингового середовища підприємства	42
2.3.1. Аналіз мікросередовища	42
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз	51
2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства	53
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ КОМПАНІЇ «THE CROPS»	59
3.1. ABC-аналіз та обґрунтування рішення щодо формування товарного асортименту компанії	59
3.2. Розробка раціональної структури товарного асортименту компанії	63
3.3. Рекомендації щодо удосконалення системи формування товарного асортименту компанії «THE CROPS»	78
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	