

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2
Спеціальності 075 Маркетинг

Горбенко Анастасія Геннадіївна

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., проф.

Дніпро

2023

АНОТАЦІЯ

Горбенко А.Г. Товарний асортимент підприємства та особливості його формування

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретичні основи формування товарного асортименту, здійснено аналіз господарської діяльності ПрАТ Комбінат «Придніпровський», розроблено рекомендації щодо вдосконалення товарного асортименту підприємства ПрАТ Комбінат «Придніпровський» ТМ «Злагода». З урахуванням недоліків товарного асортименту ТМ «Злагода» та конкурентних умов запропоновано удосконалення існуючого товару, та впровадження нового. Рекомендовано проводити опитування споживачів двічі на рік, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства ПрАТ Комбінат «Придніпровський» на ринку.

Ключові слова: товарний асортимент, формування асортименту, товарна політика, конкурентоспроможність підприємства, маркетингова діяльність.

SUMMARY

Horbenko A.H. The product range of the enterprise and the features of its formation

In the bachelor's thesis, the theoretical foundations of the formation of the product range are considered, economic analysis is carried out, recommendations for improving the product range of the enterprise PrAT Combinat "Pridneprovsky" TM "Zlahoda" are developed. Taking into account the shortcomings of the product range of TM "Zlagoda" and competitive conditions, it is proposed to improve the existing product and introduce a new one. It is recommended to conduct a questionnaire survey twice a year, which will increase the competitiveness of the enterprise PrAT Combinat "Pridneprovsky" in the market.

Keywords: commodity assortment, product range formation, product policy, competitiveness of enterprise, marketing activities.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ	8
1.1. Товарний асортимент: сутність та базові чинники формування	8
1.2. Інструменти формування та реалізації товарного асортименту	16
1.3. Управління асортиментною політикою підприємства	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ КОМБІНАТ «ПРИДНІПРОВСЬКИЙ» ТА ЙОГО ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ	25
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства	25
2.2. Аналіз та оцінка товарного асортименту підприємства	30
2.3. Аналіз ринку молочної продукції. Аналіз конкурентів ТМ «Злагода»	34
2.4. Сегментування ринку молочної продукції та визначення цільових сегментів	41
2.5. SWOT- аналіз	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПрАТ КОМБІНАТ «ПРИДНІПРОВСЬКИЙ»	46
3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів	46
3.2. Розробка заходів з удосконалення товарного асортименту	55
3.3. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів	62
ВИСНОВОК	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ	73