

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності менеджмент
(шифр та найменування спеціальності)
за бакалаврською програмою професійного спрямування (назва магістерської програми)

на тему: «Управління асортиментною політикою торгового підприємства»

(назва теми)

Виконавець:

Студентка 4 курсу

В.Г. Маріан

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент _____

(науковий ступінь, вчене звання)

_Кузнєцов А.М. _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Функціонування вітчизняних підприємств в умовах ринкової економіки зумовлює необхідність адаптованого управління, організації та планування товарного асортименту, який відповідає потребам населення та водночас сприяє прибутковості виробників. У зв'язку з цим доцільним стає використання теоретичних концепцій та практичного інструментарію маркетингу, значною складовою якого є товарна політика. Створення продукту та його розвиток здійснюються підприємствами на основі інноваційної діяльності. Ефективність останньої залежить від використання науково-обґрунтованих підходів до впровадження інновацій. Підґрунтям нарощування інноваційного потенціалу торговельних підприємств України є вирішення спектру завдань, визначених державною програмою розвитку та реформування підприємництва.

Загальні напрями у формуванні асортименту товарів підприємствами визначаються їх асортиментною політикою. Асортиментна політика – це комплекс заходів щодо управління асортиментом товарів. Кінцевою метою асортиментної політики є отримання прибутку та забезпечення високої ефективності роботи промислових і торговельних підприємств, які досягаються за рахунок максимально можливої відповідності обсягів і структури виробництва товарів народного споживання купівельному попиту населення.

В умовах ринку підприємства встановлюють принципово нові відносини з партнерами, діють властиві ринковій економіці регулятори, виробляються комерційні принципи, спрямовані на цілеспрямовану купівлю-продаж товарів.

Вищевикладене зумовило вибір теми даної роботи, визначило її мету, завдання, структуру, обумовило доцільність та актуальність роботи.

Метою дослідження є визначення сутності та особливостей сучасної асортиментної політики підприємства в умовах висококонкурентного ринку, визначення цілей асортиментної політики, розроблення рекомендацій щодо управлінських рішень у сфері асортиментної політики підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розглянути теоретичні основи формування товарного асортименту;
- проаналізувати асортиментну політику підприємства;
- вдосконалити управління товарним асортиментом на підприємстві;
- запропонувати напрямки вдосконалення асортиментної політики на підприємстві.

Предметом дослідження є асортимент продукції підприємства

Об'єктом дослідження є ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД».

У першому розділі «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ» розглянуто поняття та сутність асортиментної політики, визначено організаційні заходи, що сприяють впровадженню асортиментної політики, наведено показники ефективності асортиментної політики підприємства.

Визначено, що асортиментна політика - це сфера діяльності керівника й фахівців підприємства, що представляє собою сукупність принципів, стратегій і методик, що приводять до формування оптимального асортиментів продукції, що випускається підприємством, з погляду підвищення ефективності діяльності підприємства й задоволення потреб покупців. Відсутність асортиментної політики призводить до нестійкої структури асортименту через вплив випадкових чи поточних факторів, втрату контролю над конкурентоспроможністю і комерційною ефективністю товарів. Наведені групи факторів з різним рівнем інтенсивності та у різних напрямках впливають на формування ефективної асортиментної політики, їх вплив дещо модифікується залежно від специфіки діяльності торговельних підприємств.

У другому розділі «АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ І АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ - ПРИЛАД»» надано загальну організаційно-економічну характеристику компанії, виконано діагностику внутрішнього та зовнішнього середовищ, проведено аналіз існуючої системи управління асортиментною політикою, доведено необхідність впровадження виробничої

програми з розширення асортименту з урахуванням ресурсних можливостей підприємства. Надано пропозиції щодо вдосконалення асортиментної політики. Визначено економічна ефективність запропонованих заходів.

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

Наявність асортиментного переліку дозволяє не тільки раціонально регулювати асортимент товарів, але й систематично контролювати його повноту і стабільність. Відсутність асортиментної політики веде до нестійкої структури асортименту через вплив випадкових або змінних факторів, втрати контролю над конкурентоспроможністю і комерційною ефективністю товарів. Добре продумана асортиментна політика не лише дозволяє оптимізувати процес оновлення товарного асортименту, але й слугує керівництву підприємства свого роду вказівником загальної спрямованості дій, дає змогу контролювати ситуації, які виникають у ході торговельної діяльності.

Для завоювання нових сегментів ринку ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» повинен втілити низку заходів, спрямованих на підвищення ефективності його діяльності за рахунок реалізації заходів асортиментної політики.

Найважливішим завданням при розширенні асортименту є одержання максимального прибутку. При цьому такої мети можливо досягти лише шляхом оптимального використання наявних ресурсів при одночасному зменшенні затрат.

Проте проведений аналіз показав, що ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» в останні періоди обрало тактику, при якій обсяг випуску стандартних видів продукції скорочувався, тоді як ціни за один виріб зростали. Це призвело до втрати частини позицій підприємства на ринках. Тоді як у 2020 р. рентабельність продукції різних видів складала 26,7%, сумарні витрати підприємства більше як два рази перевищували собівартість реалізованої продукції. Це засвідчує необхідність зміни політики ціноутворення на підприємстві і одночасного зменшення витрат, перш за все на невиробничі потреби.

Тому вважаємо, що планування асортиментного ряду ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» слід здійснювати з врахуванням методики розрахунку оптимальної ціни, обсягів виробництва продукції та точки без збитковості. Як приклад втілення такого підходу за допомогою *Microsoft Excel*, зокрема його складової частини

- статистичної функції *ЛИНЕЙН*, розраховано параметри математичної моделі залежності обсягу збуту від ціни одиниці виробу АЗВК1. На її основі розраховано оптимальну ціну одиниці виробу, очікуваний обсяг його реалізації та прибуток, який складе 1 193 880 грн.

Одним з кроків з розширення асортиментного ряду ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» може стати формування виробничої програми, яке враховуватиме ресурсні можливості підприємства. Як приклад, нами оцінено доцільність виробництва двох виробів, які склали основу виробничої програми підприємства у 2020 р.: радіостанції АВЗК1 та шоломофону ШШ-1

.Поставлена задача розв'язана методом лінійного програмування. За обраним критерієм оптимальності визначені обсяги виробництва, які принесуть ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» прибуток у розмірі 606,3 тис. грн.

Значною проблемою ТОВ "ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД" є недостатня завантаженість виробничих потужностей, тому головною метою асортиментної політики ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» повинно стати максимальне інформування потенційних покупців про продукцію підприємства, що дозволить підвищити обсяг продаж виробів і залучити нових покупців.