СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Теоретические аспекты формирования ассортиментной политики на предприятии 6
   1. Сущность и роль ассортиментной политики на предприятии 6
   2. Особенности формирования ассортиментной политики на предприятии торговли 11
   3. Методы оценки эффективности ассортиментной политики предприятия в условиях нестабильной среды 17
2. Анализ ассортиментной политики предприятия 24
   1. Организационно-экономическая характеристика Общества

с ограниченной ответственностью «Лента» 24

* 1. Анализ ассортиментной политики и товарооборота Общества с ограниченной ответственностью «Лента» 33

1. Разработка мероприятий по совершенствованию ассортиментной политики Общества с ограниченной ответственностью «Лента» 41
   1. ABC-анализ и XYZ-анализ Общества с ограниченной ответственностью

«Лента»… 41

* 1. Мероприятия по совершенствованию ассортиментной политики ассортиментной политики 44

Заключение 48

Список использованных источников 52

ВВЕДЕНИЕ

Формирование ассортимента является важнейшей составной частью коммерческой деятельности торгового предприятия. Формирование ассортимента – это процесс определения набора товарных групп, видов и разновидностей, наиболее предпочтительных для успешной работы на рынке и обеспечивающих экономическую эффективность деятельности организации. Торговый ассортимент в конечном звене товародвижения – магазине - выступает в качестве целевой установки всего процесса движения товаров и формирования ассортимента, так как позволяет удовлетворить спрос покупателей и получить прибыль от реализации товаров и услуг. Формирование торгового ассортимента магазина – серьезная и ответственная коммерческая работа. Она требует знания состава населения, обслуживаемого магазином, его потребностей, покупательской способности, моды, учета

климатических, сезонных и национальных особенностей.

Если коммерсант надеется добиться успехов на розничном рынке, то он обязан отслеживать все изменения, происходящие на нем и своевременно на них реагировать. При формировании ассортимента это означает, что однажды сформированная модель ассортимента не дает гарантий рентабельной работы, так как обстановка на рынке очень динамична и требует ответной адекватной реакции. После изучения товарного рынка и получения на этой основе информации о спросе и предпочтениях потребителей предприятие должно планировать ассортимент как новых, так и уже реализуемых товаров.

Концепция жизненного цикла изделий имеет большое значение при планировании ассортимента товаров. Учитывая длительность жизненного цикла, старые, убыточные товары снимаются с реализации. Таким образом, управление ассортиментом товаров в соответствии со спросом обслуживаемого контингента покупателей и принятой ассортиментной

политикой предполагает его поддержание в полном и устойчивом состоянии на протяжении всего времени работы магазина.

В условиях рыночных отношений работа по формированию ассортимента в магазинах значительно усложняется. Широта и глубина ассортимента реализуемых товаров во многом зависят от квалификации работников магазина и коммерческих служб организаций, которые должны располагать обширной информацией о спросе покупателей, источниках возможного поступления товаров, ценах на товары и другой коммерческой информацией. В этих условиях все более необходимым становится стратегический подход к управлению товарным ассортиментом.

Кроме этого, важнейшим элементом успеха розничной торговли является обеспечение оптимальных товарных запасов. Правильно организованное управление товарными запасами играет большую роль в повышении уровня торгового обслуживания.

Управление товарными запасами решает ряд коммерческих задач, связанных с формированием и поддержанием ассортимента товаров на требуемом уровне с целью удовлетворения спроса покупателей.

Таким образом, грамотное формирование ассортимента товаров и обеспечение оптимальных товарных запасов – залог процветания любого предприятия розничной торговли. В связи с этим выбор темы дипломной работы весьма актуален на сегодняшний день.

Объект дипломной работы – предприятие розничной торговли ООО

«Лента».

Предмет дипломной работы – ассортиментная политика ООО «Лента».

Цель дипломной работы – провести анализ управления товарным ассортиментом и разработать мероприятия по совершенствованию ассортиментной политики ООО «Лента».

Для достижения цели дипломной работы в процессе её выполнения должен быть решен ряд задач:

* изучить теоретический материал и практический опыт совершенствования управления товарным ассортиментом;
* дать общую характеристику ООО «Лента»;
* провести анализ основных финансово-экономических показателей деятельности ООО «Лента»;
* проанализировать и дать оценку ассортиментной политики исследуемого объекта;
* разработать мероприятия по совершенствованию ассортиментной политики ООО «Лента».

Структурно дипломная работа включает в себя введение, основную часть, заключение и список литературы.

Во введении обосновывается актуальность исследования, указываются цели и задачи работы, её объект и предмет.

В первой главе изучены теоретические и методические основы формирования ассортиментной политики предприятия.

Во второй главе проведен анализ и оценка ассортиментной политики объекта исследования – торгового предприятия ООО «Лента».

В третьей главе разработаны основные направления совершенствования ассортиментной политики ООО «Лента».

В заключении указаны основные выводы, сделанные в ходе написания дипломной работы.

Теоретической и методической основой дипломной работы является отечественная и зарубежная литература по предметам товароведения, коммерции, маркетинга, мерчандайзинга, экономического анализа, проблемам товарной политики предприятия.

Информационной базой написания работы явились официальные статистические материалы, нормативные акты, бухгалтерские и статистические данные исследуемого предприятия.

Общий объем работы составил 56 страниц. В целях повышения информационной составляющей в работе использованы рисунки и таблицы.