# СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc138066220)

[1 Обобщение теоритических основ управления ассортиментной политики организации5](#_Toc138066221)

[1.1Основные понятия и характеристики ассортиментной политики5](#_Toc138066222)

[1. 2 Формирование и управление ассортиментной политикой12](#_Toc138066223)

[1.3 Основные показатели эффективности ассортиментной политики предприятия18](#_Toc138066224)

[2. Анализ ассортиментной политики на примере «Красное & Белое» (ООО «Альфа-М»)25](#_Toc138066225)

[2.1 Общая организационно-экономическая характеристика «Красное & Белое» (ООО «Альфа-М»)25](#_Toc138066226)

[2.2 Анализ конкурентоспособности «Красное & Белое» (ООО «Альфа-М»)35](#_Toc138066227)

[2.3 Анализ и оценка ассортиментной политики «Красное & Белое» (ООО «Альфа-М»)42](#_Toc138066228)

[3 Разработка и обоснование мероприятий по повышению управления ассортиментной политики на примере «Красное & Белое» (ООО «Альфа-М»)](#_Toc138066229)

[50](#_Toc138066229)

[3.1 Разработка мероприятия по эффективному управлению ассортиментной политикой «Красное & Белое»50](#_Toc138066230)

[3.2 Экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию ассортиментной политикой «Красное & Белое» (ООО «Альфа-М»)54](#_Toc138066231)

[Заключение58](#_Toc138066232)

[Список использованных источников60](#_Toc138066233)

# ВВЕДЕНИЕ

Переход от плановой к рыночной экономике в России изменил условия функционирования предприятий на рынке. Возникшая конкуренция между участниками за «внимание» потребителей стала основной задачей компаний. Чтобы быть конкурентоспособным необходимо в первую очередь провести маркетинговый анализ, т.е. понять в каком товаре нуждаются потребители. Грамотно сформировав и экономически обосновав ассортиментную политику, предприятие может привлечь больше покупателей, удовлетворяя их пожелания, лучше, чем конкуренты, а также закрепить за собой лидирующие позиции на рынке, тем самым обеспечивая себе финансовую устойчивость.

Ассортиментная политика – это набор товаров, дополняющие друг друга и позволяющие компании получить дополнительный эффект, а также комбинация определённых действий и принципов, разработанная для продвижения товаров.

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что формирование ассортимента способствует оптимизации прибыли, увеличению товарооборота, при этом происходит рост товарных запасов, который ведет к увеличению издержек. Для избегания постоянного увеличения запасов на складах необходимо периодически проводить исследования рынка, в котором отображались бы тенденции спроса на конкретный тип товара, а также покупательскую способность в нынешних условиях, так как может возникнуть спрос на товары-заменители.

Целью выпускной квалифицированной работы является разработка мероприятий по совершенствованию управления ассортиментной политики ООО «Красное & Белое».

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1) рассмотреть теоретические основы ассортиментной политики предприятий;

2) изучить основные показатели, характеризующие эффективность ассортиментной политики предприятия;

3) провести анализ экономической деятельности ООО «Красное & Белое» за последние три года;

4) провести комплексный анализ ассортиментной политики ООО «Красное & Белое»;

5) разработать мероприятия по совершенствованию правления ассортиментом ООО «Красное & Белое».

Объектом исследования является сеть магазинов ООО «Красное & Белое».

Предметом исследования является ассортиментная политика, проводимая ООО «Красное & Белое».

Теоретической основой исследования послужили работы отечественных авторов, таких как Магомедов Ш. Ш., Вербовская М. А., Болотникова Н. С., Куликова Н.Р., Герасимов Б.И., а также были изучены приказы Министерства промышленности и торговли Российской Федерации и Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка.

При проведении исследовании использовались следующие общенаучные методы: диалектический метод, метод анализа и синтеза, структурно–функциональный метод, системный метод, финансовый анализ и синтез, SWOT-анализ.

Структура выпускной квалифицированной работы состоит введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.