СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. [Теоретические основы управления ассортиментной политикой](#_bookmark0) [предприятия 6](#_bookmark0)
	1. [Понятие и роль ассортиментной политики предприятия 6](#_bookmark1)
	2. [Основные показатели, характеризующие свойства ассортимента 10](#_bookmark2)
	3. [Направления совершенствования ассортиментной политики](#_bookmark3) [производственных предприятий 15](#_bookmark3)
2. [Анализ ассортиментной политики предприятия ООО «Тектум» 19](#_bookmark4)
	1. [Организационно-экономическая характеристика предприятия 19](#_bookmark5)
	2. [Оценка ассортиментной политики предприятия ООО «Тектум» 30](#_bookmark6)
	3. [Проблемы ассортиментной политики предприятия ООО «Тектум»](#_bookmark7) [(конкурентный анализ ассортимента) 40](#_bookmark7)
3. [Разработка мероприятий, направленных на совершенствование](#_bookmark8) [ассортиментной политики предприятия 42](#_bookmark8)
	1. [Предложения по расширению ассортимента ООО «Тектум» 42](#_bookmark9)
	2. [Мероприятия по перераспределению структуры ассортимента](#_bookmark10) [предприятия 50](#_bookmark10)
	3. [Экономическая эффективность разработанных мер 57](#_bookmark11)

[Заключение 56](#_bookmark12)

Список использованных источников 60

Приложение А Финансовая отчетность ООО «Тектум» 65

Приложение Б Анкета для потребителей хлебобулочной продукции 67

Приложение В Новые виды снэковой продукции в ООО «Тектум» 69

ВВЕДЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день, разработка и внедрение аргументированной ассор- тиментной политики представляется обязательным условием в реализации про- ектов маркетинга. Следовательно, исследование элементов, оснований и задач данной политики является главной проблемой современных ученых.

Ассортиментная политика является одним из самых важных направлений маркетинга любой компании. В связи с переходом к рыночным отношениям, от качества и ассортимента продукции зависит не только прибыль предприятия, но и его доля на рынке. Всемирно известный опыт показывает, что наибольшим пре- имуществом обладают те, кто хорошо

разбирается в ассортименте и может эффективно управлять им [9].

В виду постоянно меняющейся ситуации во внешней среде предприятия крайне сложно эффективно и целесообразно управлять ассортиментной полити- кой. В разработку ассортиментной политики предприятия изначально должны быть заложены следующие моменты:

* четкое определение стратегических целей, относительно ассорти- мента производимого товара;
* учет фактора развития научно-технического прогресса;
* возможные изменения во внешней среде предприятия и пути реорга- низации предприятия, с учетом этих изменений;
* колебание спроса и потребительских требований.

Разработка ассортиментной политики предприятия – сложный процесс, ко- торый требует полного понимания текущей и будущей ситуации на рынке, зна- ния основных рыночных тенденций и стратегий конкурентов, что объясняет ак- туальность выбранной темы выпускной квалификационной работы.

Цель данной работы – разработать мероприятия, направленные на совер- шенствование ассортиментной политики предприятия ООО «Тектум».

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

* определить понятие и роль ассортиментной политики предприятия;
* рассмотреть основные показатели, характеризующие свойства ассор- тимента;
* определить направления совершенствования ассортиментной поли- тики производственных предприятий;
* оценить ассортиментную политику предприятия ООО «Тектум»;
* выявить проблемы ассортиментной политики предприятия ООО

«Тектум»;

* разработать предложения по расширению ассортимента ООО «Тек-

тум»;

* сформировать мероприятия по перераспределению структуры ассор-

тимента предприятия;

* рассчитать экономическую эффективность разработанных мер. Объектом исследования является ассортимент продукции предприятия

ООО «Тектум».

Предметом исследования является процесс управления ассортиментной политикой предприятия ООО «Тектум».