СОДЕРЖАНИЕ

[1 Теоретико-методические вопросы маркетинговых управленческих решений по формированию товарной политики предприятия 5](#_Toc137594295)

[1.1 Управленческие решения в маркетинге по формированию товарной политики 5](#_Toc137594296)

[1.2 Товарная политика торговой организации и проблемы формирования оптимального товарного ассортимента 21](#_Toc137594297)

[2 Методические подходы к управлению товарной политикой торговой организации 32](#_Toc137594298)

[2.1 Обзор методик и основных показателей формирования товарной политики 32](#_Toc137594299)

[2.2 Этапы разработки оптимальной товарной политики 38](#_Toc137594300)

[2.3 Методика оценки эффективности формирования товарной политики торговой организации 50](#_Toc137594301)

[3 Анализ существующей товарной политики предприятия (строительный магазин “строй-сервис”) 55](#_Toc137594302)

[3.1 Анализ рынка стройматериалов верхней и нижней салды 55](#_Toc137594303)

[3.2 Анализ существующей на предприятии "строй-сервис" товарной политики 66](#_Toc137594304)

[3.3 Разработка программы по формированию товарной политики торговой организации "строй-сервис» и оценка эффективности предложенных мероприятий. 79](#_Toc137594305)

[Заключение 91](#_Toc137594306)

[Список использованных источников 94](#_Toc137594307)

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что при развитии торговой организации возникает проблема эффективного управление товарной политикой, необходимостью постоянно адаптироваться к рыночному изменению, и клиентскому спросу. Правильные управленческие решение в процессе формирования товарной политики, обеспечивают эффективное управление организацией.

Специфика управлением товарной политикой торговой организации на рынке стройматериалов состоит в том, что рынок сильно подвержен сезонным колебания спроса, а также сильно зависим от тенденций на строительном рынке. Товарная политика строительной организации требует постоянного анализа рынка.

Степень научной разработанности проблемы. Вклад в разработку решение проблемы внесли такие ученые как, М. Портер, Ф. Котлер и др.

Предмет исследования - организационно-управленческие отношения, возникающие при управлении товарной политикой    на рынке стройматериалов.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы - выступают торговые организации, осуществляющие свою деятельность на рынке стройматериалов.

Целью работы является разработка программы   совершенствования товарной политики торговой организации на рынке стройматериалов.

Достижение указанной цели потребовало решения следующих взаимосвязанных друг с другом задач:

- рассмотреть теоретические основы формировании товарной политики предприятия

- формировать комплексное представление о особенности формировании товарной политики торговой организации. (Строительный магазин “Строй-сервис”).

- определить, исходя из полученных результатов, пути развития и формирования товарной политики предприятия (Строительный магазин “Строй-сервис”).

Элементом научный новизны являются этапы разработки товарной политики торговой организации на рынке стройматериалов.

Период исследования 2020-2022 гг.

В исследовании применялась совокупность методов научного познания, такие как детализация и обобщение, анализ и синтез, индукция и дедукция, которые объединяют современные концепции и методические исследователей по изучению проблемы формирования товарной политики организации

Практическая значимость полученных результатов исследования состоит в возможности применять предлагаемые мероприятия для формирования товарной политики организации строительной сферы.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

В первой главе, проведен анализ теоретических аспектов и тенденций исследуемой проблемы в литературе.

Во второй главе работы исследуется методические подходы к решению проблемы, обзор методик, основных показателей, этапы разработки оптимальной товарной политики, а также методики оценки эффективности

В третьей главе исследования, проведен анализ существующей товарной политики организации, проведен анализ рынка стройматериалов, разработана программа по формированию товарной политики организации.