

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КАВКАЗ-ТРЭЙД»)

Автор ВКР: Газаров Юрий Гарриевич, студент 5 курса Высшей школы политического управления и инновационного менеджмента.

Научный руководитель ВКР: кандидат экономических наук, доцент кафедры финансово-экономического и правового обеспечения управленческой деятельности С.Г. Килинкарова.

Сведения об организации: ООО «Кавказ-трэйд»

Актуальность темы выпускной квалификационной работы определяется тем, что обоснованная ассортиментная политика розничного торгового предприятия выступает гарантией не только построения оптимальной ассортиментной модели, которая рассматривается как средство количественного и качественного описания ассортиментного набора товаров для конкретного магазина, но и сохранения конкурентных позиций торгового предприятия на рынке, влияет на формирование его имиджа. Такая ассортиментная модель должна быть способна гибко реагировать на изменение среды деятельности торгового предприятия, обеспечивать его прибыльность и необходимый запас конкурентной прочности.

Между тем, в деятельности розничных торговых предприятий страны, включая супермаркеты, далеко не во всех случаях подобная ассортиментная политика реально формируется. Нередки случаи, когда на предприятиях нет специалистов по маркетингу, отсутствует адекватная концепция маркетинга, структура ассортимента формируется спонтанно и не основывается на результатах маркетинговых исследований. В условиях острой конкуренции, существующей на потребительском рынке России такой подход не способствует усилению конкурентных позиций предприятий розничной торговли и требует принципиальных изменений.

Целью выпускной квалификационной работы разработка теоретических положений и практических рекомендаций по совершенствованию ассортиментной политики розничного торгового предприятия ООО «Кавказ-Трэйд».

Задачи работы:

- 1) дать определение ассортиментной политики и охарактеризовать ее составляющие;
- 2) обозначить характеристики и показатели ассортимента;
- 3) представить имеющиеся методики анализа ассортимента и ассортиментной политики розничного торгового предприятия, выявив роль программных продуктов в анализе ассортимента;
- 4) осуществить анализ ассортиментной политики розничного торгового предприятия ООО «Кавказ-Трэйд»;

5) определить направления совершенствования ассортиментной политики РТП ООО «Кавказ-Трэйд».

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Теоретическая значимость исследования заключается в раскрытии сущности ассортиментной политики торгового предприятия и методик её анализа.

Практическая значимость работы связана со сформулированными в третьей главе работы рекомендациями по совершенствованию структуры ассортимента и системы управления ассортиментом розничного торгового предприятия, которые могут быть также использованы и другими торговыми предприятиями.

Результаты исследования:

Проанализированы теоретические и практические аспекты формирования ассортиментной политики торгового предприятия: раскрыты составляющие ассортиментной политики, показатели ассортимента, методики анализа ассортимента и ассортиментной политики розничного торгового предприятия; дана характеристика структуры и динамики ассортимента торгового предприятия, проанализирована структура ассортимента, возможности использования системы Domino для анализа структуры ассортимента товаров и товарооборота, определены направления совершенствования ассортиментной политики ООО «Кавказ-Трэйд»

Рекомендации:

В целях совершенствования структуры торгового ассортимента супермаркета «Кавказ-Трэйд» мы рекомендовали провести следующие мероприятия:

а) осуществить расчет точки безубыточности по наиболее проблемным группам товаров, которые по результатам АБС анализа вошли в группы «А» и «В»;

б) подготовить и провести маркетинговое исследование состояния поставщиков отдельных видов продукции, на которую падает спрос, составить рейтинги поставщиков; это позволит оптимизировать поставки, сбалансировать цену и качество поставляемой продукции, ее ассортимент;

в) изучить портрет целевой аудитории по группам товаров, вошедшим в группы «А» и «В»;

г) произвести общую оценку эффективности использования торговых площадей в супермаркете.

В целях совершенствования ассортиментной политики торгового предприятия мы рекомендуем осуществить изменения в организационной структуре, введя в нее, хотя бы в порядке эксперимента, штатную единицу специалиста по маркетингу. Кроме того, для получения маркетологом и товароведом предприятия постоянной, полной и своевременной информации по продажам необходимо совершенствовать информационное обеспечение процессов планирования, формирования и управления торговым ассортиментом предприятия.