

Тема: Управление ассортиментной политикой оптово-торгового предприятия

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ	6
1.1. Понятие и сущность ассортиментной политики оптово-торгового предприятия	6
1.2. Основные функции управления ассортиментом	16
1.3. Порядок формирования и регулирования ассортимента на предприятиях оптовой торговли	20
1.4. Основные факторы формирования оптово-торгового ассортимента	23
Выводы	27
ГЛАВА 2. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	29
2.1. Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия	29
2.2. Структура управления предприятия	36
2.3. Анализ финансового состояния предприятия	41
2.3.1. Оценка баланса, финансовые показатели предприятия	48
2.3. Анализ существующей системы формирования ассортимента товарных групп на предприятии	57
2.4. Анализ проблем управления ассортиментом на предприятиях оптовой торговли	61
2.5. Оценка полноты и устойчивости ассортимента	78
Выводы	80
ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ	81
3.1. Совершенствование методов управления ассортиментом на основе «директ-костинга»	81
3.2. Совершенствование методики планирования ассортимента	85
3.3. Разработка мероприятий по совершенствованию ассортиментной политики предприятия и оценка их эффективности	90
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	110
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	111
ПРИЛОЖЕНИЯ	113-118

ВВЕДЕНИЕ

Рост объемов реализации товаров является наиболее перспективным и надежным средством обеспечения устойчивости оптово-торгового предприятия.

Объем товарной массы неразрывно связан с ее внутренним содержанием или ассортиментом. Чем более качественно подобран ассортимент товаров оптово-торгового предприятия, тем большая прибыль будет получена. Ассортиментная политика оптово-торгового предприятия это целенаправленная деятельность в области товарного обеспечения рынка, основанная на долгосрочном планировании и регулировании, направленная на удовлетворение спроса потребителей с учетом оптимизации номенклатуры товаров и обеспечения рентабельности всей деятельности.

Ассортиментная политика оптово-торгового предприятия имеет комплексный характер. Игнорирование одного из направлений деятельности может свести к нулю все остальные усилия.

На основании изложенного мы видим, что актуальность темы очевидна, так как при правильном выборе ассортиментной политики оптово-торгового предприятия будет удовлетворяться спрос потребителя, а, следовательно, получение прибыли, и в конечном итоге работа оптово-торгового предприятия будет рентабельна.

Объект исследования в работе - управление ассортиментной политикой оптово-торгового предприятия «Восток Запад».

Предмет исследования в работе - управление ассортиментной политикой оптово-торгового предприятия.

Основной целью работы является управление ассортиментной политикой оптово-торгового предприятия. Для достижения основной цели в процессе работы были поставлены и решены следующие задачи:

- изучено понятие и сущность ассортиментной политики оптово-торгового предприятия;
- рассмотрены основные функции управления ассортиментом;
- рассмотрены основные факторы формирования оптово-торгового ассортимента;
- проанализирована финансово-хозяйственная деятельность оптово-торгового предприятия;
- рассмотрены мероприятия процесса управления ассортиментом на предприятии.

Структура исследования определяется поставленными целями и задачами исследования. Оно состоит из введения, трех глав, выводов, списка использованной литературы и приложений.