

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vkr/252458>

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Экономика

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И АНАЛИЗА АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ 6

1.1. Ассортимент товаров: его классификация и свойства, управление ассортиментом товаров 6

1.2. Методика анализа структуры ассортимента 12

1.3. Современные направления совершенствования структуры ассортимента в розничной торговле 15

2. АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ И СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «Каскад» 22

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия 22

2.2. Анализ финансового состояния ООО «Каскад» за 2019-2021 гг. 27

2.3 Оценка ассортимента ООО «Каскад» за 2019-2021 гг. 34

3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «Каскад» С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ 41

3.1. Рекомендации по совершенствованию структуры ассортимента ООО «Каскад» 41

3.2. Этапы внедрения предложенных мероприятий 45

3.3. Расчет экономической эффективности проекта 47

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 51

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 55

ПРИЛОЖЕНИЯ 58

ВВЕДЕНИЕ

Товары, предназначенные для продажи, представляют собой одну из составных частей имущества хозяйствующего субъекта, наличие которых необходимо для обеспечения непрерывности и расширения деятельности предприятия. Оптимальная обеспеченность ведет к минимизации затрат, к ритмичности и слаженности работы предприятия, улучшению финансовых результатов. Завышение потребности в товарно-материальных запасах ведет к неэффективному использованию ресурсов, увеличению затрат на их содержание и управление, снижению эффективности деятельности. Оптимизация товарных запасов в большей части обеспечивается формированием своевременного достоверного учетного процесса. Как показывает практика деятельности предприятий, эффективность во многом определяется целесообразностью и устойчивостью ассортимента предприятия. От состава и пополняемости ассортимента зависят рост товарооборота предприятия и ускорение реализации товаров. Отсутствие в торговле нужных товаров, их узкий или несоответствующий ассортимент создают неудовлетворенный спрос, что негативно сказывается на эффективности торговли. Формирование товарного ассортимента является одновременным и средством и методом управления ассортиментом. Правильно организованная система формирования товарного ассортимента предприятия оптовой торговли – это основа стабильности, рентабельности и, в конечном итоге, его конкурентоспособности на рынке.

Таким образом, актуальность выбранной темы исследования заключается в том, что эффективно и правильно выстроенное управление запасами и товарным ассортиментом торгового предприятия способствует получению высокой доходности от осуществления деятельности.

Целью выпускной квалификационной работы является совершенствование ассортиментной политики предприятия на примере торгового предприятия ООО «Каскад».

Задачи выпускной квалификационной работы:

- исследование взаимосвязи ассортимента с товарной политикой предприятия;
- изучение основных аспектов и понятий касательно ассортимента товаров: его классификация и свойства, управление ассортиментом товаров;
- изучение принципов и особенностей формирования и управления ассортиментом товаров в торговом предприятии;
- изучение организационно-экономической характеристики предприятия ООО «Каскад»;

- приведение характеристики и проведение анализа товарного ассортимента торговой организации ООО «Каскад»;

- проведение анализа методов управления товарным ассортиментом в ООО «Каскад»;

- внедрение методов расширения и оптимизации ассортимента в торговом предприятии ООО «Каскад»;

- формирование рекомендации по совершенствованию методов управления ассортиментом товаров.

Объектом исследования является ассортимент торговой организации ООО «Каскад».

Предметом исследования являются методы формирования и управления товарным ассортиментом.

Практическая значимость:

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что разработанный инновационный подход к формированию ассортиментной политики можно будет применить в реальной практике.

Степень разработанности проблемы: на сегодняшний день выбранной теме исследования посвящены многочисленные труды разных авторов, в частности таких авторов как Богуславский М.М., Вилкова Н.Г., Дроздов-Тихомиров А.А., Дьяконова А.А., Ерпылева Н.А., Канашевский В.А., Кириллова Н.А., Корепанова Н.Б., Кочергина Т.Е., Лебедев С.Н., Кабатова Е.В., Родионов А.А., Розенберг М.Г. и другие.

Методами исследования в данной работе являются анализ, синтез, финансовый анализ данных, графическое и табличное представление информации. В данной работе были использованы эмпирические методы исследования, такие как: наблюдение, сравнение, горизонтальный и вертикальный анализ

финансовых показателей, анализ ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости, рентабельности, деловой активности, а также прогнозирование финансовых показателей. В ходе работы так же были использованы следующие методы для предоставления результатов исследования:

монографический, метод системного анализа и синтеза, экономико-статистический, графический.

Информационную основу исследования составили учебные и научные материалы, законодательство РФ, научные статьи об РФ, а также сведения, содержащиеся в научных публикациях по исследуемой проблеме.

Целесообразность ее выполнения: повышение эффективности деятельности предприятия.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И АНАЛИЗА АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ

1.1. Ассортимент товаров: его классификация и свойства, управление ассортиментом товаров

Приведем основные понятия по ГОСТ Р 51303-2013 Торговля:

- ассортимент товаров – это набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков (видам, классам, группам, моделям, размерам, цветам и/или иным признакам), предназначенный для продажи населению;

- торговый ассортимент:- это ассортимент товаров, представленный в торговом предприятии или в торговой сети;

- структура ассортимента товаров – это соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товара в наборе.

В таблице 1 приведены понятия ассортимента товаров разных авторов.

Таблица 1 – Понятия ассортимента товаров разных авторов

Автор Понятие

Баев А.В. Определенная номенклатура товаров конкретной организации

Минько Э.В. Товарные группы в организации

Зотов В.В. Оптимальный перечень товаров для обеспечения доходности торговой организации

Алексеева А.И. Перечень товара торговой организации, сформированной на основании требования рынка

Торговый ассортимент - перечень товаров, подобранных для реализации в розничной торговой сети. Он включает сотни тысяч наименований и разновидностей товаров, выпускаемых предприятиями различных отраслей промышленности и сельского хозяйства.

Эта огромная масса товаров доводится через розничную торговлю до конечных потребителей. В целях управления товарной массой все товары народного потребления группируются по отдельным признакам.

Ассортимент товарной группы - разновидности товаров с подразделением их на виды и сорта, но

относящиеся к одной родственной группе товаров.

Простой ассортимент - набор товаров небольшого количества наименований, удовлетворяющий небольшое число потребностей (например, ассортимент сельского магазина).

Сложный ассортимент - набор товаров значительного количества видов, наименований товаров, удовлетворяющие самые разнообразные потребности (гипермаркеты, оптовые базы).

Групповой ассортимент - это набор однородных товаров для удовлетворения аналогичных потребностей и объединенных общими признаками, например, функциональное или социальное назначение (магазин спорттоваров).

Развернутый ассортимент набор товаров, включающий много разно-видностей, наименований, относящихся к группе однородных, но отличающихся индивидуальными признаками (специализированные магазины).

Сопутствующий ассортимент - набор товаров для выполнения вспомогательных функций и не являющихся главными для данной торговой фирмы (обувной магазин предлагает сопутствующий товар - предметы ухода за обувью).

Смешанный ассортимент - это набор товаров различных видов, наименований большого разнообразия их функционального назначения. Фирма предлагает одновременно продовольственные и непродовольственные товары, удовлетворяя разнообразные потребности (универсам).

Рациональный ассортимент - набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни. Учитывается степень соответствия, набора товаров торговой фирмы требованиям покупателей с учётом результатов достижений в области технологии.

Оптимальный ассортимент - это набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для покупателя и торговой фирмы. Характерна высокая конкурентоспособность предлагаемых товаров, требование высокой эффективности ассортимента для торговой фирмы.

Максимальный полезный эффект - максимум прибыли для торговой фирмы от данного ассортимента при минимуме затрат на его продажи.

Основные методы управления товарным ассортиментом в основном по следующим направлениям:

- общий анализ реализации товаров/ услуг;
- анализ реализации товаров/ услуг по виду (структура реализованных товаров);
- анализ выполнения плана продаж товаров/ услуг;
- анализ динамики продаж - реализации товаров/ услуг.

Все выше перечисленные направления анализа реализации товаров/ услуг собраны в ABC и XYZ анализах. Для торговой организации ассортимент представляет собой товар, который закупается с целью реализации.

Товарные операции / продажи - представляют собой факт хозяйственной жизни предприятий, которые функционируют в сфере торговли.

Продажа - это документ, являющийся договором, согласно которому первое лицо - продавец осуществляет передачу в собственность предмет - товар второму лицу - покупателю за денежное возмещение (цену).

Виды товарной классификации приведены на рисунке 1.4.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей»;
2. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 55 «Об утверждении правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации»;
3. ФЗ от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. ФЗ от 28.11.2018 № 449-ФЗ);
4. ФЗ от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (в ред. ФЗ от 25.12.2018 № 488-ФЗ);
5. Постановление Правительства РФ от 06.06.1998 № 569 «Об утверждении Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами» (с изменениями и дополнениями от 12.10.1999, 22.02.2001, 04.10.2012);
6. Постановление Правительства РФ от 21.07.1997 № 918 «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам» (с изменениями и дополнениями от 02.10.1999, 07.12.2000, 04.10.2012);
7. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля

8. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования;
9. ГОСТ Р 51305-2009 Розничная торговля. Требования к персоналу;
10. ГОСТ Р 51773-2009 Розничная торговля. Классификация предприятий;
11. «Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» (утв. постановлением Госарбитража СССР от 15.06.1965 № П-6) (ред. от 23.07.1975, с изм. от 22.10.1997);
12. ГОСТ 31460-2012 «Кремы косметические. Общие технические условия».
13. Брагина Л.А. Торговое дело: учебное пособие/Л.А. Брагина. - М.: Инфра-М, 2019 г. - 112 с.
14. Богатая, И. Н. Бухгалтерский учет : учебное пособие/ И. Н. Богатая, Н. Н. Хахонова. -М.: - Ростов н/Д : Феникс, 2019 г. -185 с.
15. Виноградова С.Н. Организация и технологии торговли: учебное пособие/ С.Ню Виноградова. М.: - Минск: Высшая школа, 2018 г. - 328 с.
16. Гребнева А.И. Экономика торгового предприятия: учебное пособие/ А.И. Гребнева. - М.: Экономика, 2021 г. - 362 с.
17. Голубенко О.А. Товароведение: учебное пособие/ О.А. Голубенко. - М.: Дашков и Ко, 2020 г. - 355 с
18. Дашков Л.П., Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц, - 12-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дашков и К, 2018. - 456с.
19. Неверов А.Н. Чалых Т.И. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами: учебное пособие/ А.Н. Неверова, Т.И. Чалых. - М.: Академия. 2019 г. - 233 с.
20. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие/ Г.В. Савицкая. - М.: Инфра-М, 2020 г. - 334 с.
21. Сышко В.Е. Товароведение продовольственных товаров: учебное пособие/ В.Е. Сышко. М.: - Минск, Высшая школа, 2018 г. - 380 с.
22. Тренев Н.Н. Стратегическое управление. : учебное пособие/Н.Н. Тренев. - М.: Приор, 2020 г. - 276 с.
23. Гребнева А.И. Экономика торгового предприятия: учебное пособие/ А.И. Гребнева. - М.: Экономика, 2019 г. - 362 с
24. Голубенко О.А. Товароведение: учебное пособие/ О.А. Голубенко. - М.: Дашков и Ко, 2019 г. - 355 с
25. Сысоева С.В., Крок Г.А. Большая книга директора магазина 2.0. Новые технологии «Питер».-СПб.:, 2021.- 455с
26. Брагин Л.А. Торговое дело: учебное пособие/Л.А. Брагина. - М.: Инфра-М, 2021 г. - 112 с
27. Раицкий К.А. Экономика предприятия: учебное пособие/К.А. Раицкий. - М.: Маркетинг, 2020 г. - 472 с
28. Неверов А.Н. Чалых Т.И. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами: учебное пособие/ А.Н. Неверова, Т.И. Чалых. - М.: Академия. 2020 г. - 233 с
29. CRM – система SugarCRM // Сущность продукта. [Электронный ресурс].URL: <http://www.sugarcrm.com> (дата обращения: 22.04.2022)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vkr/252458>