

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/kursovaya-rabota/387077>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ 5

1.1. Сущность и особенности функционирования товарной политики 5

1.2. Цели и задачи товарной политики предприятия 6

1.3. Механизм формирования товарной политики предприятия 8

2. АНАЛИЗ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «НОВОЧЕБОКСАРСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» 10

2.1. Экономическая характеристика деятельности предприятия ООО «Новочебоксарский мясокомбинат» 10

2.2. Оценка товарной политики предприятия ООО «Новочебоксарский мясокомбинат» 15

2.3. Мероприятия по совершенствованию товарной политики в предприятия ООО «Новочебоксарский мясокомбинат» 27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 32

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 34

ПРИЛОЖЕНИЯ 36

ВВЕДЕНИЕ

В условиях динамичной рыночной среды на предприятиях постоянно возрастает роль товарной политики. Ведь товарная политика является одним из главных направлений деятельности маркетинга каждого предприятия, это, прежде всего, обусловлено обострением конкурентной борьбы на рынках сбыта товаров, а также повышенным вниманием со стороны потребителей к качеству, свойствам и упаковке товаров. Основная задача товарной политики – разработать необходимую номенклатуру и ассортимент товаров, которые обеспечили бы наибольшую эффективность деятельности предприятия в целом. Умение эффективно управлять товарной политикой – залог в достижении конкурентного рыночного преимущества. Товарная политика предприятия - это совокупность решений, направленных на формирование и управление ассортиментом, качеством, ценой и упаковкой товаров, а также на обеспечение их конкурентоспособности на рынке.

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях жесткой конкуренции и изменчивых потребительских предпочтений товарная политика играет ключевую роль в обеспечении эффективности деятельности предприятия и повышении его рыночной доли.

Целью работы является анализ товарной политики ООО «Новочебоксарский мясокомбинат» и разработка рекомендаций по ее совершенствованию.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- изучить теоретические основы товарной политики;
- проанализировать товарную политику предприятия ООО «Новочебоксарский мясокомбинат»;
- разработать мероприятия по совершенствованию товарной политики в ООО «Новочебоксарский мясокомбинат».

Объектом исследования выступает товарная политика ООО «Новочебоксарский мясокомбинат», а предметом - методы и инструменты ее формирования и реализации.

Гипотеза работы заключается в том, что оптимизация товарной политики предприятия позволит повысить его конкурентные преимущества, увеличить объемы продаж и прибыль.

При написании настоящей работы теоретическую базу составили труды ведущих зарубежных и отечественных авторов в области формирования товарной политики. Были изучены труды: Ф. Котлера, Н.А. Сафронова, Г.Л. Багиева, В.П. Федько.

Информационная база работы формировалась на основании отчетной документации исследуемого предприятия.

Для достижения поставленной цели используются следующие методы: анализ документов, наблюдение, опрос, сравнение, классификация, графический метод.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что она расширяет знания о сущности, содержании и инструментах товарной политики предприятия.

Практическая значимость работы состоит в том, что она позволяет выявить сильные и слабые стороны товарной политики ООО «Новочебоксарский мясокомбинат» и предложить меры по ее улучшению.

Структурно работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Сущность и особенности функционирования товарной политики

Эволюция рыночного фундамента производственных отношений инициировала смещение центра экономической деятельности на предприятия, аккумулирующие функциональное многообразие экономики. Предприятие, как основополагающий субъект хозяйствования, выполняет функции производства и реализации товаров/услуг, обеспечения занятости населения, формирования доходов бюджета, посредством налоговой системы, эффективного использования производственных ресурсов, создания региональной инфраструктуры и др. В условиях динамично развивающейся рыночной среды, современным предприятиям необходима постоянная модернизация товарной политики, обеспечивающая их конкурентоспособность. Более того, рыночные возможности предопределяют эффективность товарной политики, поскольку именно маркетинговые исследования текущего состояния и перспектив развития рынка позволяют получить исходную информацию для организации процесса производства, сегментирования, ценообразования, продвижения и сбыта товаров [2, с. 89].

Роль товарной политики, в конечном счете, сводится к формированию потребительской ценности товара, с целью качественного удовлетворения спроса.

Само же определение дефиниции «товарная политика» не имеет однозначного подхода, так, например, выделяют четыре основных [3, с. 50]:

1. Согласно первому подходу, под товарной политикой стоит понимать, в первую очередь, разработку ассортиментной стратегии производства, включающей категории товарной линии (объединение товаров с соответствии с общими свойствами) и производственной программы (показатели объема, номенклатуры, сроков).
2. Второй подход, концентрирует внимание на удовлетворении потребительского спроса, т.е. в данном случае социальная ориентация превалирует над коммерческой, что противоречит экономическим целям предприятия, поскольку «слепое» стремление угодить желанию потребителя может существенно ослабить финансовые результаты деятельности.
3. В отличие от предыдущего подхода, где потребитель занимает центральное место в формировании товарной стратегии предприятия, третий подход напротив, вовсе исключает ориентацию на нужды потребителя и разнообразные изменения окружающей среды (внешние факторы), что совершенно не соответствует основам процесса управления.
4. Четвертый подход к интерпретации товарной политики, основывается на стремлении соединить все её направления, от разработки ассортимента до удовлетворения потребителя качеством товара, в общую цель.

На первый взгляд, подобные усилия создают организационный базис, способствующий эффективной реализации товарной политики, однако необходимо также отметить, появление эффекта «неопределенности», обусловленного отсутствием конкретики в особенностях построения столь масштабной цели. В контексте данного подхода, Федько В.П. полагает, что сущность товарной политики заключается в разработке комплекса базовых решений, позволяющих реализовывать произведенный товар [17, с. 389].

Таким образом, изучив сущность и особенности функционирования товарной политики можно сделать вывод, о том что, несмотря на разнородность теоретического осмысления, товарная политика имеет особую характерную черту, она обязательно должна быть, направлена в будущее, т.к. бесконечный «рыночный фильтр» постоянно перерабатывает существующие товары, ограниченные жизненным циклом. Можно даже сказать, что товарная политика скорее предусматривает работу не только с текущими товарами, но и подготавливает «почву» для выпуска новых.

Категория «новый товар» важная составляющая товарной политики, которая предусматривает поиск ответов на сложные маркетинговые задачи, к примеру: выбор оптимального, с точки зрения спроса, товара; рациональная организация сервисного обслуживания; разработка рекламного продвижения, с

наименьшими затратами и наибольшим эффектом и т.д.

При этом, важно отметить, что «новизна» товара понятие относительное и вовсе не означает выпуск кардинально отличного от ранее выпускаемого товара, новым могут стать отдельные свойства «традиционного» знакомого потребителю продукта.

1.2. Цели и задачи товарной политики предприятия

Цели и задачи товарной политики являются важной составляющей в формировании и развитии любого бизнеса. Товарная политика – это комплекс мер, направленных на создание и продвижение товара на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителя и достижения прибыли организации.

Основные цели товарной политики [3, с. 185]:

1. Удовлетворение потребностей потребителей. Главная цель любой товарной политики – предложение товаров и услуг, которые ответят на реальные потребности и ожидания потребителей. При этом, необходимо учесть как их функциональные потребности (например, пищевые продукты должны быть вкусными и питательными), так и психологические (например, товары должны быть удобными в использовании и доставлять удовольствие).
2. Достижение конкурентных преимуществ. Товарная политика должна помочь компании создать уникальное предложение товаров или услуг, которое отличается от конкурентов. Это может быть достигнуто путем разработки инноваций, улучшения качества товаров, предоставления дополнительных услуг или установления более низкой цены.
3. Установление и поддержка ценности бренда. В рамках товарной политики компания должна определить ценности своего бренда и поддерживать их на протяжении всего жизненного цикла товара. Брендирование позволяет создать уникальные ассоциации у потребителей и установить высокую стоимость товара или услуги, что, в свою очередь, может обеспечить более высокую рентабельность бизнеса.
4. Обеспечение прибыльности. Одна из главных задач товарной политики – создание и продвижение товаров, которые будут приносить прибыль компании. Поэтому, товарная политика должна быть нацелена на максимизацию объема продаж и прибыли, учетом затрат и конкурентной среды.
5. Защита интересов компании. Товарная политика также направлена на защиту интересов компании от действий конкурентов и изменений на рынке. Для этого необходимо внимательно анализировать рыночную ситуацию, поведение потребителей и конкурентов, и разрабатывать стратегии, которые помогут бизнесу оставаться конкурентоспособным и успешным.
6. Устойчивое развитие. Одна из ключевых целей современной товарной политики – устойчивое развитие, что включает в себя не только прибыльность и конкурентоспособность, но и решение экологических, социальных и этических проблем. Бизнес должен принимать во внимание тенденции общества и создавать товары, которые будут не только удовлетворять потребности потребителей, но и быть ответственными по отношению к окружающей среде и обществу [4, с. 89].

Таким образом, изучив цели и задач товарной политики можно сделать вывод, товарная политика является основой успешного бизнеса и имеет ряд важных задач. Она направлена на удовлетворение потребностей потребителей, достижение конкурентных преимуществ, установление и поддержку ценности бренда, обеспечение прибыльности, защиту интересов компании и устойчивое развитие. Реализация этих задач помогает компании создать уникальное предложение товаров или услуг, достичь прибыли, установить ценность своего бренда и быть успешным на рынке. Кроме того, товарная политика должна учитывать изменения во внешней среде и соответствовать требованиям общества. Только в таком случае она сможет оставаться актуальной и эффективной в долгосрочной перспективе.

1. Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 04.08.2023)
2. Абрамова М.А., Белоусова Е.А., Григорьева Е.В. Экономика организации: учебник для бакалавров. - М.: Юрайт, 2022. - 432 с.
3. Андреева, Е.В. Товарная политика предприятия: теория и практика / Е.В. Андреева, А.В. Кузнецов. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 256 с.
4. Баранов, А.И. Товарная политика и товарный менеджмент / А.И. Баранов, В.А. Старостин, Н.А. Шевченко. - М.: КНОРУС, 2020. - 368 с.
5. Баранов А.Н., Кузнецова О.В., Степанова А.Н. Экономическая теория: учебник для бакалавров. - М.: Дашков и К, 2022. - 624 с.

6. Васильев С.Л., Левин М.И., Петров В.А. Экономика и управление инновациями: учебник для магистров. - М.: КноРус, 2023. - 368 с.
7. Горбунова, Н.А. Товарная политика предприятия в условиях конкуренции / Н.А. Горбунова, О.В. Лебедева, Е.А. Смирнова // Экономика и управление: проблемы, решения. - 2020. - № 2 (40). - С. 9-16.
8. Герасимьяк Н. В. механизм формирования и реализации маркетинговой товарной политики/ Н. В. Герасимьяк // Научно-методический электронный журнал «Проблемы экономики и менеджмента». - 2018. - С. 57-60.
9. Горячева Т. В. Механизм реализации товарной стратегии предприятия/ Т. В. Горячева // Электронный научный журнал «Вестник Саратовского государственного технического университета». - 2017.- С. 98-103
10. Данилова, Ю.А. Товарная политика предприятия: методические рекомендации по выполнению курсовой работы / Ю.А. Данилова, А.С. Кузнецова, В.В. Петрова // Вестник Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. - 2019. - № 4 (112). - С. 125-132.
11. Дементьев В.Е., Коротаев А.В., Малков С.Ю. Экономическая динамика и социальный прогресс: монография. - М.: Издательство ЛЕНАНД, 2023. - 448 с.
12. Зайцева, И.Н. Товарная политика предприятия: учебное пособие / И.Н Зайцева, Е.В Степанова, А.В Федотова // М.: Юрайт, 2021 - 240 с.
13. Зубаревич Н.В., Радаев В.В., Яковлев А.А., Ясин Е.Г., ред. Экономика России: вызовы и перспективы: коллективная монография / Научный совет по проблемам развития России при Президенте РФ; Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики". - М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2022.
14. Ким. С. А. Маркетинг/ С.А.Ким//Учебник – 2-е изд. - М.: Издательско- Торговая корпорация «Дашков и К °», 2019. – 258 с.
15. Лукьянова А.Л., Гимпельсон В.Е., ред.. Экономика труда: учебник для бакалавров / Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики". - М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2023.
16. Романов А.А..Маркетинг/ Романов А.А, Басенко В.П, Жуков Б.М – М.: Учебное пособие, Издательско-торговая корпорация «Дашков и К °», 2018. - 440 с.
17. Федько, В.П. Товарная политика организации: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / В.П. Федько. – СПб. : Питер, 2018. – 608 с
18. Бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах ООО «Новочебоксарский мясокомбинат» за 2020-2022 год.
19. Товарная политика предприятия при выходе на внешние рынки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/primery/nauchnaja-statja-na-temu-tovarnaja-politika-predpriyatija-pri-vyhode-ne-vneshnie-rynki/> (дата обращения: 12.11.2023)

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/kurovaya-rabota/387077>